

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
MESTRADO EM HISTÓRIA SOCIAL

*Sonhos Dourados:  
Juventudes na imprensa fortalezense  
da década de 50.*

**Lidia Noemia Silva dos Santos**

FORTALEZA  
DEZEMBRO DE 2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
MESTRADO EM HISTÓRIA SOCIAL

*Sonhos Dourados:  
Juventudes na imprensa fortalezense  
da década de 50.*

**Lidia Noemia Silva dos Santos**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em História Social à Comissão Julgadora da Universidade Federal do Ceará, sob orientação do Prof. Dr. Luigi Biondi

FORTALEZA  
DEZEMBRO DE 2005

S238s

SANTOS, Lidia Noemia Silva dos.

Sonhos Dourados: Juventudes na imprensa fortalezense da década de 50. 196 p.

Orientador: Luigi Biondi

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará

1. Fortaleza (CE) – História; 2. Imprensa – O Jornal, Gazeta de Notícias, Correio do Ceará, O Povo, O Nordeste, O Cruzeiro; 3. Imprensa Feminina; 4. Juventude Transviada; 5. Relações de Gênero. I. Luigi Biondi; II. Universidade Federal do Ceará; III. Sonhos Dourados: Juventudes na imprensa fortalezense da década de 50.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
MESTRADO EM HISTÓRIA SOCIAL

*Sonhos Dourados:  
Juventudes na imprensa fortalezense  
da década de 50.*

**Lidia Noemia Silva dos Santos**

Está dissertação foi julgada e aprovada, em sua forma final, pelo orientador e demais membros da banca examinadora, composta pelos professores:



Prof. Dr. Luigi Biondi  
(Orientador – UFC)



Profa. Dra. Raquel Soihet (UFF)



Prof. Dr. Gisafran Nazareno Mota Juca (UECE)

FORTALEZA  
DEZEMBRO DE 2005

*Em homenagem à irmã e amiga  
Luiza de Marilac, por toda a  
dedicação e amor que teve por mim  
e de quem sentirei eterna saudade.  
(★ 01/02/1971 † 31/08/2005)*

# Agradecimentos

---

Muitíssimo obrigado

Aos meus professores de graduação e mestrado por compartilharem comigo sua sabedoria.

À professora Teresinha Queiroz e ao amigo Antônio Zilmar, primeiras pessoas a acreditarem em mim e nesse trabalho.

À professora Simone de Souza pela bolsa de iniciação científica, e oportunidade de participar da coleção *Fortaleza: História e Cotidiano*.

Ao professor Luigi Biondi por ter orientado este trabalho ao longo do mestrado com paciência e empenho.

À professora Edilene pelas doces palavras de incentivo.

Aos professores Gisafran Jucá, Franck Ribard e Sebastião Rogério pela leitura cuidadosa do meu material de qualificação e as sábias observações.

À professora Raquel Soihet pela gentileza e humildade em aceitar participar da banca de defesa.

Ao professor Gisafran Mota Nazareno Jucá, por aceitar participar da banca de defesa com tanta presteza e generosidade.

Aos professores e colegas, que sem qualquer obrigação, dedicaram parte do seu tempo para lerem fragmentos desse trabalho, emprestaram material e fizeram contribuições generosas, profa. Joana Maria Pedro, profa. Peregrina Capelo, prof. Gilmar de Carvalho, Régia Agostinho e Ana Carla.

Aos funcionários do Departamento de História da UFC, e especialmente, a sempre prestativa Regina e ao afetuoso Constantino.

Aos funcionários da Biblioteca Menezes Pimentel e do Nudoc por tantas vezes terem me socorrido de uma forma ou outra.

À Raquel, Ediane e Lorena pela ajuda no recolhimento do material empírico.

A todos os meus amigos, pelo apoio e torcida durante a seleção de mestrado.

Aos colegas da turma de mestrado pelo companheirismo.

Aos colegas Aloísio e Eduardo por terem me ajudado a manusear minimamente uma câmera digital.

À CAPES pelo financiamento desta pesquisa.

Em especial, ao professor Frederico de Castro Neves, por ter me concedido o privilégio de trabalhar com ele na coleção *Fortaleza: História e Cotidiano*, pelo posto de secretaria da revista *Trajetos* e por todo respeito e amizade que sempre teve por mim.

Em especial, ao professor Sebastião Rogério, pelo carinho, pela amizade, pela oportunidade de participar da pesquisa *Anos Dourados: A estilização do Cotidiano em Fortaleza*, pelas conversas esclarecedoras, e pelos livros e revistas emprestados, fundamentais para esse trabalho.

Em especial, ao meu noivo Sander, por estar ao meu lado, me ajudar a concluir este trabalho e torná-lo menos solitário.

Em especial, à minha mãe Maria Auxiliadora, meu pai Celso, meu irmão Celso Antônio, e todos outros membros da minha família, por acreditarem nos meus sonhos e pelo apoio financeiro e emocional.

A Jesus Cristo, por iluminar minha vida e guiar meus caminhos.

# Resumo

---

A década de 50, no Brasil, caracteriza-se pelo desenvolvimento econômico, relativa estabilidade política, intenso crescimento urbano e americanização. Em decorrência, propicia-se maior oferta de empregos, bens de consumo, serviços, opções de lazer e informação, e se redimensionam os valores morais, regras de sociabilidade e afetos. Nos centros urbanos, essas mudanças e tensões são registradas pela imprensa, uma vez que ela própria se transformava. Em Fortaleza, destacam-se a proliferação de páginas femininas, um novo modelo de colonismo social, o crescimento dos anúncios publicitários e noticiário que privilegia o cotidiano da cidade, num esforço de adequação do tipo de vida dos fortalezenses abonados ao modelo de vida burguês propugnado. *Moças e Rapazes*, os mais antenados com as novidades da música (rock'n roll), da literatura (fotonovelas), e do cinema (melodramas e filmes juvenis), são os alvos do discurso modernizador. Nessa dissertação, procura-se discutir como a fase da juventude foi delineada nos jornais fortalezenses (*Gazeta de Notícias*, *O Povo*, *Correio do Ceará*, *O Jornal* e *O Nordeste*), em narrativas estreladas por *Moças Casadoiras* e *Rabos-de-Burro*.



# Abstract

---

The decade of 50, in Brazil, is characterized by the economic development, relative politics stability, intense urban growth and American influx. In result, there are more jobs opportunities, goods, services, options of leisure and information, and the moral values, rules of sociability and affects change. In the urban centers, theses changes and tensions are registered for the press, a time that proper it if transformed. In Fortaleza (brasilian city), they are distinguished it the proliferation of feminine pages, a new model of social columnism, the growth of the advertising and news service that privilege the daily one of the city, in an effort of adequacy of the type of life of the well-off citizens to the life model advocated bourgeois. Young women and servants, the most involved with the new features of music (rock'n roll), literature (photonovels), and cinema (dramas and youthful films), are the targets of the modern speech. This text argue as the phase of youth was delineated in newspapers of Fortaleza (*Gazeta de Notícias*, *O Povo*, *Correio do Ceará*, *O Jornal* and *O Nordeste*), in narratives starred by *Moças Casadoiras* (young women who want to marry) and *Rabos-de-Burro* (rebels boys).

# Sumário

---

<b>Apresentação</b> .....	10
<b>Introdução</b> .....	13
<b>Capítulo I: Falando para mulheres: páginas femininas nos jornais fortalezenses.</b> .....	20
1.1) Imprensa brasileira no século XX: <i>O Cruzeiro</i> , exemplo da transição .....	21
1.2) Imprensa feminina: poucos limites, algumas definições .....	27
1.3) Presença da Imprensa Feminina nos jornais de Fortaleza: possíveis explicações .....	39
1.4) <i>Efeito Emília</i> : surpresa, expectativa e sonho.....	56
<b>Capítulo II: Sonho Feminino: marido, filhos e lar. Etapas e Estratégias na vida de uma moça casadoira.</b> .....	72
2.1) 1º passo: sair da barra da saia da mãe .....	73
2.2) 15 anos: o marco da transição .....	85
2.3) Higiene, maquiagem, moda e disciplina corporal: artifícios importantes .....	88
2.4) Amores verdadeiros, amores falaciosos: como identificá-los .....	107
2.5) Últimos Acertos: o que poderia afastar os homens .....	116
2.6) O sonho ameaçado: Amores Tardios, Casamentos arranjados e Carreira Profissional .....	128
<b>Capítulo III: Sonhando ser James Dean? A turma dos <i>Rabos-de-Burro</i> e a <i>Juventude Transviada</i>.</b> .....	139
3.1) A Geração Coca-Cola e a imprensa brasileira .....	141
3.2) Onde anda a sua filha? Denúncia e Perseguição na <i>Gazeta de Notícias</i> .....	150

3.3) De <i>Pínduca Boys</i> a <i>Rabos-de-Burro</i> .	
Crime e sensacionalismo na imprensa .....	155
3.4) A primeira geração de <i>Rabos-de-Burro</i> .....	163
3.5) A <i>Juventude Transviada</i> e a volta dos <i>Rabos-de-Burro</i> .....	169
<b>Considerações Finais</b> .....	182
<b>Fontes</b> .....	187
<b>Dados Técnicos</b> .....	189
<b>Bibliografia</b> .....	190

# Apresentação

---

Mocinha com rabo-de-cavalo, saia rodada, sentada na garupa de uma lambreta, agarrada ao rapaz de topete e jaqueta de couro, ambos com óculos escuros e mascarando chicletes são ícones que ilustram o imaginário comum da juventude dos anos 50. Distante das evidências da época, esse imaginário é fruto da reelaboração da memória coletiva, que tende a dar brilho e fantasia a tudo que se remete ao período. Homogeniza-se e harmoniza-se a conjuntura social não tão perfeita ou simplória, como a princípio, parece ser. Mesmo Tido como ingênuo e bobo, comparado às ousadias revolucionárias da juventude das décadas seguintes, o universo juvenil da década de 50, analisado com mais critério, perde parte do seu *glamour*<sup>1</sup>.

As mudanças sociais geradas pela interferência da cultura norte-americana, que busca massificar comportamentos, gostos, hábitos e desejos, aguçam os conflitos de geração e gênero. De geração, porque o jovem, além de ganhar maior visibilidade<sup>2</sup>, é cada vez mais encarado como problema. Já há algumas décadas, ser jovem estava ligado a atributos como insatisfação, desobediência e inconseqüência. Na década de 50, essa associação se intensifica, tornando-se o jovem rebelde em potencial. Despreparado, sem personalidade sólida, é presa fácil da sedutora liberdade dos tempos modernos.<sup>3</sup>

O conflito de gênero é outro que se energiza nos anos 50. Passados os anos de guerra, a sociedade deve reaver as estruturas que antes a

---

<sup>1</sup> Os termos em itálico são terminologias e conceitos que aparecem rotineiramente na imprensa da época.

<sup>2</sup> "Nos anos 40, a idéia de juventude como uma fase de transição (entre a maturidade sexual e a incorporação completa ao mundo adulto e à vida econômica), preocupante do ponto de vista dos adultos, instável, vulnerável e propensa a desvios, já está consolidada. E, nesse período, a beleza e a aparência 'jovem' já são bastante valorizados. Mas a opinião e o gosto dos jovens só começaram a marcar presença mais fortemente nos anos 50, em especial na segunda metade". Os reflexos e/ou motivadores dessa mudança são o maior "acesso a um repertório de informações proporcionado tanto pelo desenvolvimento dos meios de comunicação de massa (também fator de integração) quanto pela educação mais liberal." BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relação homem-mulher, 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996, p.173-174.

<sup>3</sup> "A violência e o inconformismo da juventude do pós-guerra foram o novo filão descoberto por Hollywood. James Dean (1931-1955) será um dos maiores mitos da rebeldia e quem melhor sintetizará as inseguranças e violência sofridas por essa geração." CARMO, Paulo Sérgio do. *Culturas da Rebeldia. Juventude em Questão*. São Paulo: Editora SENAC, 2001. p. 31.

sedimentavam. A família, base das organizações sociais, precisa redefinir os papéis, em especial, o do pai provedor e da mãe submissa, dedicada ao lar e aos filhos. A indústria cultural, principalmente europeia e norte-americana<sup>4</sup>, inicia um trabalho maciço de conscientização das mulheres para que voltem ao lar e retomem as funções de mãe e dona-de-casa. As empresas de publicidade propagam as maravilhas da vida doméstica, garantindo consumidoras para a compra de eletrodomésticos, artigos de decoração, utensílios do lar, cada vez mais práticos, tidos como indispensáveis para a dona-de-casa moderna. Ou seja, a mulher publicizada na década de 50, embora reformulada no que se refere às maiores aspirações de elegância, sociabilidade, informação, beleza, é ainda um ser cuja verdadeira vocação encontra-se no cuidado com a família, isto é, no desempenho do papel fatigante de *rainha do lar*.

Existem divergências acerca dos benefícios das guerras para a emancipação feminina. Por um lado, defende-se que a Segunda Guerra possibilitou às mulheres a assunção de postos de trabalhos antes ocupados por homens. Outra tese diz que, na verdade, a guerra enfraqueceu os movimentos de emancipação, por terem sustado uma onda de protestos e conquistas feministas, em nome dos problemas coletivos da nação. As próprias feministas teriam qualificado como mesquinhez, as mulheres pensarem em reivindicações e problemas particulares, quando as nações estavam envolvidas em conflito tão grave como uma guerra<sup>5</sup>. A prova dessa desarticulação era a lentidão com que esses movimentos se reorganizaram depois da Segunda Guerra.

Crê-se, entretanto, que, na década de 50, com a expansão das oportunidades de emprego, educação e informação, as mulheres de classe média saem de suas casas, ocupando novos postos de empregos, bancos de escolas e universidades. Essas maiores possibilidades de atividades, que vão

---

<sup>4</sup> "As pressões econômicas e culturais da Segunda Guerra Mundial, bem como a recuperação do pós-guerra, remodelaram a feminilidade de muitas maneiras diferentes. A União Soviética defendia um modelo extremo: dever cívico, produtividade, responsabilidade coletiva, visibilidade pública. (...) No pólo oposto estava o modelo americano: doméstico, maternal, individualista e consumista. A publicidade promovia habilmente esta imagem feminina." HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das Mulheres no Ocidente*. O século XX, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.

<sup>5</sup> Ver o capítulo "A grande Guerra: O triunfo da vida sexual" de Françoise Thébaud. formadas apenas por rapazes, que agiam na cidade, e que acreditava, se tratar de uma. Id. *Ibidem*.

desde o lazer, o enriquecimento cultural até a carreira profissional, confrontar-se-ão com o ideal da boa esposa e mãe zelosa, gerando conflitos entre filhas e pais, esposas e maridos.

É então, objetivo, desse trabalho, compreender, como os jornais de uma cidade periférica, de poder econômico restrito e forte desigualdade social, caso de Fortaleza, nos anos 50, delimitaram a vida dos jovens na chamada era dourada na cidade.

Para isso, priorizei, dentre inúmeras emergências da juventude, duas que considero emblemáticas na época.

A primeira, foi encontrada nos artigos publicados nas páginas femininas de alguns jornais da cidade, onde se faziam as discussões do cotidiano da mulher solteira, jovem, em idade considerada ideal para casar, pertencente às classes mais abastadas (além das páginas femininas, colunas sociais e fotonovelas). Centrei-me nas estratégias apresentadas para que as moças pudessem, dentro de relacionamentos sedimentados em concepções e estruturas do início do século, conseguissem encontrar um lugar privilegiado para o exercício do amor, da satisfação, realização pessoal e até da felicidade, em novo tempo e contexto.

A segunda, veio, principalmente, no noticiário policial e no que chamei colunas de opinião (onde cronistas, leitores e jornalistas comentavam o cotidiano da cidade e os problemas do país). Priorizei, principalmente, relatos da atuação de grupos de jovens rapazes *delinqüentes*, conhecidos como *rabos-de-burro*, tidos como uma apropriação local da nova relação entre pais e filhos (mais permissivos e menos autoritários), característica da sociedade norte-americana, representada, sobretudo, nos filmes que exploravam o universo juvenil, assim como a impunidade que lhes era garantida pela influência de pais e padrinhos junto à polícia e à justiça. O fenômeno foi discutido, e delimitado, por mim, à primeira (1954-1956) e à segunda geração (1958-1960).

# Introdução

---

A década de cinquenta do século XX, normalmente, é lembrada pelos que a viveram com nostalgia e saudosismo. É ainda uma das mais cultuadas pela imprensa e pela mídia, e importante referência histórica para trabalhos acadêmicos das mais diversas áreas das ciências humanas<sup>1</sup>. Conhecida como *Anos Dourados*<sup>2</sup>, esse período, na história do ocidente, foi objeto de mitologia e fantasia. Representariam os anos do brilho, do *glamour*, da euforia, de uma sociedade que procurava esquecer as dores e a escuridão de duas guerras mundiais, celebrando o crescimento econômico, as novidades tecnológicas, a paz. Os anos 50 não só marcariam o encerramento do passado sombrio e dos conflitos bélicos em que se envolveram as grandes nações, como impulsionaram a humanidade para uma nova era.

O Brasil também teve *era dourada*, ainda que menos entusiasmante que a de outros países, com maior participação na economia mundial. Muitos brasileiros, principalmente os que viveram ou migraram para as grandes cidades, acompanharam o surgimento dos primeiros arranha-céus, espantaram-se com o barulho e a velocidade dos cadilacs, das lambretas, dos ônibus. Outros, mais bem sucedidos, beberam coca-cola com canudinho, pediram músicas na *musicbox*, viajaram de avião, leram revistas importadas, acompanharam a copa do mundo pela televisão. As rádios cediam aos ritmos estrangeiros, e o cinema holywoodiano ditava os últimos modismos. Apenas para alguns, novos hábitos e comportamentos foram incorporados no cotidiano doméstico e social, muito rapidamente.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> "Tempo de cultura, do teatro de revista, dos bailes e do otimismo ao redor de uma idéia de nação, os 'anos dourados', fonte de nostalgia, inspiraram até seriados de TV". BOMENY, Helena. Utopias de cidade: as capitais do modernismo. In: GOMES, Ângela de Castro. *O Brasil de JK*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002, p. 201.

<sup>2</sup> Sobre a validade do tão criticado título "Anos Dourados", faço minhas as palavras da autora Ângela de Castro Gomes: "A questão de saber se essa nostalgia dos 'bons tempos' tem fundamentos 'objetivos', ou se nada mais é do que uma idealização, não elimina nem minimiza o ponto central da reflexão que se pretende empreender. Trata-se sim de reconhecer a presença e a força desse mito dos 'bons tempos' e de reconhecer seu valor ao mesmo tempo explicativo." GOMES, Ângela de Castro. "Qual a cor dos anos dourados?". Id. *Ibidem*. p. 10.

<sup>3</sup> "A industrialização realizada durante os anos 50 trouxe consigo a modernização do Brasil. Modernização dos homens, tornando-os cada vez mais urbanos. Modernização de seus

Fortaleza, possuía uma população, no final dos anos 40, de cerca de 280 mil habitantes. No início da década de 60, contava com mais de 500 mil. Esse dado reflete a corrida das pessoas do campo para a cidade, não mais fugindo apenas da seca, mas procurando oportunidades de emprego nos novos setores da economia local (como a indústria). A estrutura urbana da cidade se modificava, frente ao impacto da quase duplicação populacional: ocupação das classes média e alta dos novos bairros, como Aldeota e Fátima, deixando o centro da cidade para os comerciantes; popularização de antigos bairros de elite, como Jacarecanga e Benfica; favelas iniciam o cercamento do perímetro urbano, ocupando as áreas ao redor dos lagos, das dunas, das praias; conquista do litoral, com o crescimento dos bairros em torno da orla da Praia de Iracema e da Praia do Meireles. Enfim, a cidade começa a tomar a face que tem hoje, ainda que esse processo de crescimento, ininterrupto, tenha apagado alguns vestígios do período.<sup>4</sup>

Com o crescimento urbano e populacional, há também maior oferta de serviços, lojas comerciais e opções de lazer. A elite local já pode desfrutar de restaurantes, bares, boites, sorveterias, clubes, cinemas, cada vez mais sofisticados. Fortaleza, assim como outras formações sociourbanas do país, é um misto de tradição e modernidade, aliando falta de pavimentação nas ruas, deficitário fornecimento de energia e água, com novos equipamentos, como clubes, hotéis, restaurantes, transporte coletivo motorizado, ou seja, uma infraestrutura urbana e de serviços antes desconhecida.

Apesar da força do rádio<sup>5</sup>, da consolidação do cinema<sup>6</sup>, da difusão das revistas e das primeiras transmissões televisivas<sup>7</sup>, o jornal diário ainda é o

---

pensamentos e hábitos, tornando-os consumistas. Modernização do modo de vida, das cidades, da arquitetura, das artes, da técnica, da ciência." RODRIGUES, Marly. *A Década de 50: populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. São Paulo: Atica, 1996, p. 31.

<sup>4</sup> Todos os dados e informações desse parágrafo foram extraídas da tese de dissertação de JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. *Verso e Reverso do perfil urbano de Fortaleza (1964-1960)*. São Paulo: Annablume, 2003.

<sup>5</sup> "Ao longo da década de 1950 o rádio tornou-se um objeto acessível à grande maioria da população". CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002, p.8.

<sup>6</sup> "Nas décadas de 1930, 40 e 50, o cinema norte-americano ocupou uma posição estável como produção cinematográfica. Cinema comercial, de instalação, sedimentação e superação de talentos, manteve-se como dono de bilheterias e, em larga medida, dono de escolhas estéticas, além de assumir-se como referencial para uma platéia mundial de milhões de pessoa. Esta constatação torna no mínimo incompleto referir-se ao Brasil (ou à América Latina) dos anos 40 e 50, sem dar-se conta da inserção deste cinema nos debates, referências estéticas e comportamentais do período". MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de*



instrumento básico para se compreender a década de 50, no Brasil. Fonte tradicional, o jornal é um dos registros mais preciosos àqueles que buscam conhecer melhor determinados tempos históricos.

Precisão cronológica, variedade de assuntos e informações, espaço de debate e de diversidade de opiniões, intenção disciplinadora da conduta social, são alguns dos inúmeros outros elementos que compõem o veículo, levando grande parte dos pesquisadores a não desprezarem esse material, nos mais variados temas por eles estudados.

Em Fortaleza, diversos órgãos de imprensa<sup>8</sup> do período já não se limitam ao noticiário local, cada vez mais sincronizados com os acontecimentos do Brasil e do Mundo. Os jornais mais ousados assumem nova estética, abusando das imagens, letreiros e manchetes. Assuntos antes menosprezados entram em pauta. O noticiário mais tradicional, que priorizava as manobras e os bastidores da política, a situação da economia e a literatura perdem força, cedendo espaço ao cotidiano social, pessoal e doméstico. O jornal se aproxima do leitor, interferindo diretamente na vida cotidiana, informando e, sobretudo, aconselhando. Incita a formação de gostos, opiniões, padrões de consumo e conduta, cada vez mais ostensivamente. Exemplos dessas mudanças são o surgimento e consolidação das colunas sociais, os *mexericos* sobre a vida dos cantores de rádio e das estrelas do cinema, as páginas femininas, as fotonovelas, as dicas de lazer e a programação cultural.

O jornal busca atrair novos leitores, em especial, mulheres e jovens, cada vez mais presentes no meio social. Para uma sociedade que ansiava vorazmente o futuro, ser jovem era quase uma necessidade. Portanto a vida dos jovens torna-se alvo de interesse, mas também de constante preocupação. Precisa-se de desenvolvimento material para garantir o progresso, mas também de homens e mulheres sincronizados e harmonizados com os novos tempos. Surge, então, uma enxovalhada de discursos, buscando delimitar

---

*Estrelas*. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Ed. UNICAMP, 1996, p. 11.

<sup>7</sup> "A expansão da televisão no Brasil foi lenta, porém constante. (...) o desenvolvimento urbano do país e o crescimento em termos de poder aquisitivo das classes média e operária propiciaram a rápida penetração daquele veículo entre o final da década de 50 e a seguinte". PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e Cultura Brasileira*. 3ª ed. São Paulo: Ática, 1993. p. 59.

<sup>8</sup> Circulavam vários jornais diários na época: *O Povo*, *Correio do Ceará*, *Unitário*, *Nordeste*, *Gazeta de Notícias*, *O Democrata*, *Diário do Povo*, *O Estado*, *O Jornal* (a partir de 1958), *Tribuna do Ceará* (a partir de 1957), e outros menores.

como se proceder dali em diante. O mote desses discursos se concentra na mediação entre os anseios modernizadores e a preservação dos valores tradicionais da sociedade.

Dada a discrepância de opiniões, o debate é acalorado. De um lado, os membros da Igreja e da elite tradicional com suas teorias apocalípticas. Do outro, os novos ricos, estudantes e profissionais liberais, pedindo mais dinamismo e celebrando as vantagens do progresso e da modernidade. Era o novo se confrontando com o velho, abalando as mais diversas esferas do social.

O jornal católico e conservador, *O Nordeste*, representante de parte do pensamento da Igreja, não poupa esforços para condenar os arroubos dos jovens e a inércia dos pais, mestres e clérigos, frente aos supostos perigos a que estavam expostos. As relações familiares, ameaçadas pela legalização do divórcio e a emancipação feminina também são freqüentemente lembradas. No campo político, trava guerra declarada com *O Democrata*, jornal comunista, duramente perseguido pelos direitistas, cassado em 1958. Era comunista também o jornal *Diário do Povo*, ainda que seu fundador tivesse rompido com o PCB.

Entre os mais modernos, destaca-se o *Correio do Ceará*<sup>9</sup>, do grupo *Diários associados*, do jornalista Assis Chateaubriand, maior rede de informações da época, cujas publicações, notadamente a revista *O Cruzeiro*, eram os principais órgãos de difusão impressa do modelo de vida norte-americano, via, dentre outros instrumentos, a publicidade de novos produtos, como cosméticos, eletroeletrônicos e eletrodomésticos. Todavia, o jornal genuinamente inovador da imprensa cearense, foi *O Jornal*, propositor de nova estética gráfica e editorial, que influenciou todos os outros. Apesar das expressivas tiragens, foi extinto pouco mais de um ano após fundação.

Estudei também o jornal *O Povo*, único da época ainda em circulação, demonstrava, importante por adaptar-se às mais diversas conjunturas, comprometido com seu tempo, mas sem assumir posições de cunho radical. E a *Gazeta de Notícias*, jornal antigo, mas que passava por sérias dificuldades

---

<sup>9</sup> Como as edições do jornal *Correio do Ceará* se encontram incompletas no arquivo da Biblioteca Menezes Pimentel, em alguns momentos recorreremos ao jornal *Unitário*, também pertencente à cadeia dos Diários Associados, e que por vezes trazia textos idênticos ao do *Correio do Ceará*.

financeiras, na década de 50, e, apesar do desejo de se modernizar (gráfico e editorialmente), apresentava nítidas limitações se comparado ao *O Jornal*, *O Povo*, e o *Correio do Ceará*.

Em estudo comparativo, vê-se que as posições éticas e morais de cada um dos jornais pesquisados (*O Povo*, *O Jornal*, *O Nordeste*, *Correio do Ceará*, *Gazeta de Notícias* e a revista *O Cruzeiro*), não são tão discordantes, como a princípio se pode pensar. Dentro do mesmo veículo, encontrei jornalistas, opinadores e cronistas de variados matizes, indicando a heterogeneidade das linhas editoriais.

As discordâncias e as singularidades da imprensa da época foram estudadas por diversos pesquisadores. Alzira Alves de Abreu<sup>10</sup>, Fernando Lattman-Weltman, Nelson Werneck Sodr e, Carlos Lins da Silva, entre outros, tentaram compreender o processo de transi o atravessada pela imprensa brasileira dos anos 50, avaliando as mudanças nascidas de um novo modelo de apresenta o da notícia e configura o gráfica, influência norte-americana.

Menos ligados a questões de estrutura gráfica e fazer jornalístico, e mais preocupados em compreender como a imprensa dos anos 50 se tornou difusora de um novo estilo de vida, (também influenciado pelos estadunidenses), e das práticas cotidianas, especialmente nas rela es familiares e de gênero, encontrei os trabalhos como o de Cristina Meneguello, Luciana Rosar Fornazari, e Carla Bassanezi. Está última, pela aproxima o temática, (já que seus estudos se concentram nas revistas femininas entre 1945 a 1964), tornou-se importante interlocutora, em questões como conflitos de gêneros e reformula o das rela es familiares, dimensões da *imprensa feminina* no Brasil. Aprendemos com essas e outras autoras (especialmente M nica Ra sa Schpun e Joana Maria Pedro), a observar as rela es homem-mulher, como parte das rela es de gênero, que não se delimitem pelo determinismo biológico, mas, pelo modo como essas rela es são percebidas e construídas em sociedades, contextos específicos, em que também se relaciona o estudo de classe e etnia (por exemplo).

---

<sup>10</sup> Por uma questão estética, não irei colocar nesse momento as referências das obras, uma vez que todas se encontram discriminadas na bibliografia e são citadas nominalmente nos capítulos.

No entendimento das questões quanto à categoria de juventude, inspirei-me em alguns autores, que discutiram o imaginário e o discurso sobre os jovens na década de 50: Luiz Antônio Groppo, Luisa Passerini e Paulo Sergio Carmo. Com esses autores, aprendi que não existe uma só *juventude*, mas inúmeras *juventudes*, uma vez que a categoria se define por singularidades étnicas, de classe, gênero, região. Compreendendo, ainda, que a própria idéia do jovem, como categoria social, é uma invenção da modernidade, e que, durante o século XX, ela se redefiniu de acordo com cada momento histórico.

Entre os autores que nos ajudaram a entender o contexto do Brasil na época, cito (entre outros) Marly Rodrigues, Ângela de Castro Gomes, Marcos Napolitano. Sobre o contexto mundial, as principais referências, sem dúvida, foram a obra *Era dos Extremos* de Eric Hobsbawm, e o quinto volume da coleção *História da Vida Privada*, organizado Philippe Ariès e Georges Duby. Quanto ao contexto local, Gisafran Nazareno Mota Jucá, Mirtes Freitas, Jane Semeão e Antônio Luiz da Silva (ambos contemplando a década anterior) foram as principais referências. Ressaltam-se ainda os autores que me ajudaram a trabalhar alguns conceitos, sobretudo, o de modernidade, Gilles Lipovetsky, Antony Giddens e Christopher Lasch.

No primeiro capítulo, me detive a entender como emerge um modelo de imprensa feminina em alguns jornais de Fortaleza (*O Povo*, *Gazeta de Notícias*, *Correio do Ceará* e *O Jornal*), principalmente, a partir da segunda metade da década, que acaba se intensificando nos anos seguintes (por exemplo, páginas que eram semanais ou quinzenais passam a ser diárias). A princípio, me foi possível, constatar que a imprensa brasileira passa por um período de transformação, como exemplo, cito a revista *O Cruzeiro*. Observei em alguns jornais locais, processo semelhante, principalmente, no que concerne às mudanças de ordem gráfica, financeira, editorial, e de atração do público (segmentando espaços e diversificando temáticas). Identifiquei, ainda, que a intensificação das páginas femininas desses jornais se dá concomitante, a um novo modelo de colonismo social, o aumento do anúncio de produtos ligados ao cotidiano doméstico, à beleza e à higiene, e também à realização do primeiro concurso de Miss Ceará. A Eleição de Emilia Correia Lima ao título de Miss Ceará e, posteriormente, ao de Miss Brasil, considerei um marco divisório, uma vez que todas as colunas sociais da época surgem conjuntamente com

essas competições, e, diante do forte impacto na sociedade da época, tenha culminado na imprensa feminina e nas propagandas de roupas, cosméticos, lojas de todo tipo de serviço e produtos para a mulher, necessários, diante de um universo, sobretudo, de moças, que ansiavam por repetir o feito de Emília e conquistar algum dos muitos títulos de *rainha*, *miss*, *garota*, criados na época (lembrando ainda que alguns deles já existiam anteriormente).

No segundo capítulo, analiso os discursos idealizadores dos papéis sociais femininos, das páginas femininas dos jornais locais e da revista *O Cruzeiro*, onde se apresentam estratégias matrimônias para que as *moças casadoiras* alcançassem o sonho de ter marido, lar e filhos, considerado natural e tido como essencial para a realização da mulher. Busquei, nesse momento, perceber como o discurso do casamento, muitas vezes reconhecido por seu caráter conformista e alienante, de certa forma, também questionava o autoritarismo paterno e a submissão feminina. Em vista disso, tentei apontar como essas estratégias, ao mesmo tempo em que reafirmavam a inferioridade feminina, também alertavam sobre o poder que as moças (nesse caso) teriam de moldar as relações familiares e sentimentais em benefício próprio. Como a maioria dos textos da imprensa feminina não eram produzidos por escritores e jornalistas cearenses, me detive também a comparar o discurso da imprensa feminina com o discurso dos colunistas sociais, ao observar e relatar o cotidiano das moças do *society* na época. Detive-me também a contemplar as reações de parte da imprensa, sobretudo católica, adoção de modismos, novos comportamentos e reformulações de valores.

No terceiro e último capítulo, investigo, a partir de pista dada pelos memorialistas da época, a presença de um suposto núcleo da *juventude transviada* em Fortaleza. Fiz, então, uma cronologia das notícias sobre um grupo de rapazes, tidos como *rebeldes* e *delinqüentes*, posteriormente *transviados*, apelidados de *rabos-de-burro*. Ao analisar essas notícias, consegui identificar que o conceito se modifica ao longo da década, assim como os membros do grupo, e a própria imagem que a imprensa faz de suas ações. Confrontei ainda a ação dos jovens delinqüentes e criminosos (não necessariamente *rabos-de-burro*) com algumas manifestações e campanhas organizadas pela imprensa para conseguir resolver o problema.

# Capítulo I

---

## Falando para mulheres: páginas femininas nos jornais fortalezenses.

No Brasil da década de 50, as pessoas das classes média e alta, moradores dos principais centros urbanos, incluindo Fortaleza, experimentaram o frenesi de uma sociedade fascinada pelo plástico, pelos equipamentos eletrodomésticos, músicas eletrizantes, astros e estrelas de cinema, amplamente influenciada pela política imperialista norte-americana, empenhada em ganhar a luta travada contra os soviéticos, demarcando seus territórios não mais pelas tropas, mas pela influência cultural, através dos meios de comunicação de massa.<sup>1</sup>

A imprensa feminina da época, considerada por muitos, como uma das principais difusoras da cultura de massa americanizada e voltada ao consumo desenfreado, é uma das grandes novidades que alguns jornais de Fortaleza passaram a apresentar, principalmente a partir da segunda metade dos anos 50.

Partindo do pressuposto que a imprensa feminina não é simplesmente *maquiavélica*, mas exerce papel de importância na construção e difusão de conceitos, que, a partir de valores e conjunturas sociais específicas, redefinem os gêneros, pretendemos demonstrar, neste capítulo, como emerge (ou se intensifica) algumas páginas (colunas) dedicadas à mulher, em Fortaleza, e quais as possíveis explicações para o seu sucesso e proliferação em alguns jornais locais, uma vez que se tratava quase que completamente de produções

---

<sup>1</sup> "Nos anos 40, já se esboçavam em Fortaleza os contornos de um processo ainda frágil e limitado, mas em franca expansão e que se fazia sentir. Era o irromper de uma sociedade de consumo, com todo seu corolário de sedução e exclusão, conjugado ao desejo de aparecer – e, quando possível, ser – moderno, sedimentado em larga medida pelo fetiche dos objetos e da técnica." SILVA, Antonio Luiz de Macedo. *Na Senda do Moderno: Fortaleza, paisagem e técnica nos anos 40*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC-SP, 2000, p.129. Para maiores questionamentos sobre o entusiasmo e o aumento do consumo por produtos industrializados, após a segunda guerra, em Fortaleza, ver o capítulo "Artefatos, utensílios e quinquilharias: o objeto técnico como emancipação do moderno", da mesma dissertação.

discursivas que não se pautavam no cotidiano das mulheres fortalezenses na época.

### 1.1) Imprensa brasileira no século XX: O *Cruzeiro*, exemplo da transição.

Nas primeiras décadas do século XX, a preocupação e a possibilidade de obtenção de lucros com a venda de jornais, posteriormente, com a propaganda de produtos, fizeram com que a imprensa civil brasileira, antes centrada no debate político-ideológico, voltada para um público mais intelectualizado, buscasse, entre outras coisas, encontrar e conquistar novos leitores. Para isso, diversificou assuntos, temas e abordagens. Foi nesse contexto que surgiram, ou se expandiram, os primeiros cadernos, suplementos e revistas focalizados na literatura infanto-juvenil, na crônica esportiva, no cotidiano da vida doméstica, etc<sup>2</sup>.

Todavia somente depois do segundo pós-guerra, a imprensa no Brasil passa por real momento de transição, resultando em mudança de estilo na feição do jornalismo escrito e radiofônico, que culmina com a inauguração de outro importante meio de comunicação de massa, a televisão<sup>3</sup>. Novos e grandes conglomerados que reuniam, sob seu domínio, veículos midiáticos de diversos segmentos, logo incorporaram, ou fizeram desaparecer, pela aquisição e/ou concorrência, os pequenos jornais e revistas de produção mais artesanal e amadora.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Para saber mais, ver capítulo 5 : "Temáticas em Desfile." In: MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista: Imprensa e práticas culturais em tempos de República*. São Paulo (1890-1922). São Paulo: Editora da USP e Imprensa Oficial do Estado, 2001.

<sup>3</sup> **Mudanças na programação das rádios:** "Já no final da década de 1950, com a concorrência da televisão, o rádio iniciou um processo de reformulação da sua programação irradiada." CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. p. 49. **Televisão:** "Num primeiro estágio, a televisão confinou-se ao sudeste. Rio São Paulo e Minas constituíam realmente o pedaço mais atraente e significativo do mercado nacional. Mas o projeto político associado exigia uma expansão em nível nacional, o que teria acontecido, a partir de 1959, com a inauguração da TV Paratini, de Porto Alegre, e deslançando em 1960, com a entrada em funcionamento das estações de Recife (TV Rádio Clube), Salvador (TV Itapoan) e Fortaleza (TV Ceará). A televisão chegava ao nordeste. Nesse mesmo ano, Brasília e Curitiba ganharam sinais de tevê, que demorariam ainda um ano para chegar a Belém." CARVALHO, Gilmar. *A televisão no Ceará. Consumo, lazer e indústria cultural*. Fortaleza. 2ªed. Fortaleza: OMNI Editora Associados, 2004, pp. 11-12.

<sup>4</sup> O maior exemplo da reunião de diversos órgãos de imprensa em um único grupo foram os *Diários Associados*, empresa que chegou a reunir 34 jornais, 36 radioemissoras, 18 estações de televisão, uma agência de notícias (*Meridional*), uma revista semanal (*O Cruzeiro*), uma

As agências de publicidade, fomentadas pelos anúncios das novas indústrias do país e das multinacionais, principalmente de bens de consumo, passaram a garantir a receita de veículos de informação, como o rádio e o jornal, onde, por exemplo, os anúncios forneciam mais lucro que a venda dos exemplares ao público.<sup>5</sup>

Várias mudanças atingiram também a produção gráfica, a organização e a estrutura estética do jornal. Páginas cinzentas, com grande concentração de escritos, perderam espaço para verdadeiro varal de fotos e manchetes chamativas. No conteúdo, os textos, antes rebuscados, analíticos, adquiriram características de simplicidade, agilidade e suposta objetividade, imposta pelas mãos dos jornalistas profissionais<sup>6</sup>.

Carlos Eduardo Lins da Silva<sup>7</sup> atribui o surgimento da “imprensa empresarial” à influência do jornalismo ianque, implantado no Brasil por alguns jornalistas egressos de experiências profissionais nos EUA, durante os anos 40<sup>8</sup>. A inspiração norte-americana se produz principalmente, na adoção de

---

mensal (*A Cigarra*), revistas infantis e uma editora. No Ceará, detinham o controle do jornal matutino *Unitário*, do vespertino *Correio do Ceará* e da rádio *PRE-9*. Para saber mais sobre o idealizador (ver nota 14) e a trajetória da empresa, ler: MORAIS, Fernando. *Chatô: O Rei do Brasil*. A vida de Assis Chateaubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século São Paulo: Companhia das Letras, 1994. “Acentuando-se desde os terceiro e quarto decênios do século, a concentração da imprensa era tão marcante, em sua segunda metade que, tendo desaparecido numerosos jornais e revistas, uns poucos aparecerão.” SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999, p. 388.

<sup>5</sup> “A imprensa, antes dos anos 50, dependia dos favores do Estado, dos pequenos anúncios populares ou domésticos – os classificados – e a publicidade das lojas comerciais. Foi exatamente a partir daí, no segundo governo Vargas (1950-1954), que o processo de industrialização do país se tornou mais visível e, no governo Juscelino Kubitschek (1956-1960), mais acelerado e irreversível. Com a maior diversificação da atividade produtiva trazida pela indústria, começaram os investimentos de peso em propaganda e surgiram as primeiras grandes agências de publicidade. (...) Em pouco tempo, os jornais passaram a obter 80% da sua receita dos anúncios.” ABREU, Alzira Alves de. *A Modernização da Imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. p. 9.

<sup>6</sup> “Novas técnicas de produção e de administração foram introduzidas e uma nova linguagem se fez presente, dando prioridade à notícia em detrimento da opinião. Essas mudanças se aceleraram durante os anos 60, com a chegada da televisão. Por outro lado, as redações dos jornais foram sendo ocupadas por um outro tipo de jornalista – os que tinham formação especializada, que acabavam de concluir os recém-criados cursos de jornalismo.” ABREU, Alzira Alves de. “Os suplementos literários: os intelectuais e a imprensa nos anos 50.” In: ABREU, Alzira Alves de (org). *A Imprensa em Transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas, 1996. p. 58.

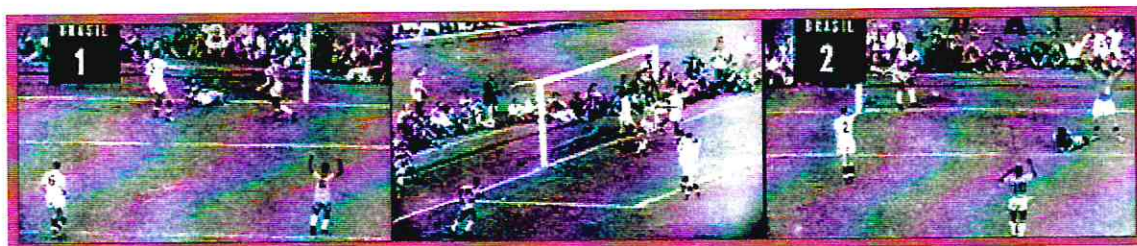
<sup>7</sup> SILVA, Carlos Eduardo Lins. *O Adiantado da Hora*. A Influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

<sup>8</sup> O autor Carlos Eduardo Lins cita alguns exemplos, como os jornalistas Pompeu de Souza e Dantom Jobim, responsáveis pelas reformas no *Diário Carioca*, pioneiro no uso do *lead* (ver nota 14), e Samuel Weiner, pelas reformas do *Última Hora*, “um dos jornais mais inovadores do período, ao adotar técnicas de comunicação de massa até então desconhecidas no Brasil.” ABREU, Alzira Alves de. *A Modernização da Imprensa (1970-2000)*. op. cit., 2002, p. 10. Ler o



novo formato de transmissão das notícias, cada vez mais rápidas, objetivas e impessoais, provocando completa revolução nos órgãos de imprensa brasileiros, superando gradativamente a tradição do jornalismo de combate, crítica e doutrina, advindo da influência francesa, que vingava até então.<sup>9</sup>

A “imprensa burguesa”, assim denominada por Nelson Werneck Sodré, passa a ter poder de inserção e distribuição, nunca alcançado pelo veículo. Se os jornais ainda não eram distribuídos fora da localidade de origem, as revistas, ao contrário, antes mais lidas pela população da região centro-sul, passam a ser vendidas em quase todo o país. O apoio do capital financeiro, o grande poder de penetração (já que o rádio e, posteriormente, a televisão minimizaram as dificuldades e as barreiras impostas pelo analfabetismo), as grandes empresas do setor e as agências de notícias enfraqueceram o jornalismo independente e o regional.<sup>10</sup>



*Fotorreportagem de partida de futebol. Brasil 2X0 Inglaterra. O Cruzeiro Maio/59*

Nesse contexto, podemos destacar a criação e a expansão das revistas de variedades, conhecidas por *magazines*<sup>11</sup>, que reúnem no conteúdo, ampla diversidade de assuntos. Os acordos políticos feitos pelo presidente da república, na sua última viagem internacional, as peripécias de Pelé e da Seleção Brasileira de Futebol, ou a intimidade dos bailes carnavalescos eram

---

capítulo “Os agentes da influência.” In: SILVA, Carlos Eduardo Lins. *O Adiantado da Hora*. op. cit., 1991.

<sup>9</sup> A notícia passou a se basear “no pressuposto de que todas as informações essenciais a respeito do acontecimento noticiado devem constar do primeiro parágrafo do texto, o *lead*, que modeladamente seguiria a fórmula dos cinco W e um H: *what, where, who, when, why, e how* (ou, ‘quem’, fez o ‘que’, ‘onde’, ‘quando’, ‘como’ e ‘por quê’).” FERREIRA, Marieta de Moraes Ferreira. “A reforma no Jornal do Brasil.” In: ABREU, Alzira Alves de (org), *A Imprensa em Transição*. op. cit, 1996. p.164.

<sup>10</sup> SODRE, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. op. cit., pp. 388-389.

<sup>11</sup> O termo inglês vem do francês *magasin*, significando, originalmente, “armazém”. A maior característica desse tipo de publicação é que o conteúdo editorial advém da junção de temas e assuntos diversos.

noticiados com a mesma linguagem simples, direta, ilustrada de fotos, que, por vezes, ocupam páginas inteiras. Dentre alguns veículos que implementaram a *fotorreportagem*, modelo de notícia que congrega a narração do fato com a exposição das imagens, destacam-se *O Cruzeiro*, posteriormente, *A Manchete*.<sup>12</sup>

Lançada em novembro de 1928, a revista *O Cruzeiro* atravessará essa fase de transição da imprensa brasileira, deixando de ser publicada somente no início dos anos 70. Carro-chefe da imprensa brasileira da época, a revista *dos arranha-céus* surgiu com o objetivo, nada modesto, de ser o esboço de um mundo novo no Novo Mundo<sup>13</sup>.

Idealizada por Assis Chateaubriand<sup>14</sup> para ser atual, luxuosa, mas sobretudo um material de informação e entretenimento, a revista nasceu sob uma chuva de papel picado, em plena Av. Rio Branco, surpreendendo os compradores com uma melindrosa que insinuava um beijo, na primeira capa<sup>15</sup>. Entretanto, segundo as lembranças do seu diretor Accioly Netto, o paradoxo entre o setor gráfico, *ultramoderno*, que



*Primeira capa da Revista O Cruzeiro.*

<sup>12</sup> "O *Cruzeiro* foi a primeira revista de circulação nacional de fatos diversos a introduzir a linguagem da fotorreportagem. Criado em 1928 e reformulado em 1945, esse periódico revolucionou a técnica e o espírito do jornalismo ao romper com a influência das escolas européias na imprensa brasileira. Dominou esse mercado por algumas décadas, uma vez que possuía uma excelente rede de distribuição (...). A partir de 1952, a revista *Manchete* tornou-se a principal concorrente de *O Cruzeiro*. Ambas, afora serem publicadas na cidade do Rio de Janeiro, recorriam à linguagem do fotojornalismo (...) Não por coincidência, o processo de decadência de *O Cruzeiro* se iniciou quando a *Manchete*, em meados dessa década (60), contratou jornalistas que se demitiram da revista concorrente e aprimorou a qualidade gráfica para ficar cada vez mais colorida, atraente e fácil de ler. Eram as condições exigidas para manter e conquistar mais leitores." ANDRADE, Ana Maria Ribeiro de e CARDOSO, José Leandro Rocha. Aconteceu, virou *Manchete*. In: *Revista Brasileira de História*, vol.21, no.41, 2001. pp. 243-264.

<sup>13</sup> "Editorial" *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 10 de novembro de 1928.

<sup>14</sup> Paraibano, nascido em 4 de outubro de 1892, filho de família modesta, mas de boas influências, concluiu o curso de Direito em Recife, migrando para o Rio de Janeiro, em 1912, com o ideal de ser jornalista. Cerca de duas décadas depois, já era um dos homens mais ricos e influentes do país, dono de uma cadeia de órgãos de imprensa, os *Diários Associados*. Mesmo sob as denúncias de ter seu enriquecimento associado a fraudes, chantagens, corrupção, troca de favores, e outras atividades ilícitas, seu espírito empreendedor contribuiu para a revolução na imprensa escrita no Brasil, além de ser o pioneiro na inauguração das primeiras transmissões de tv do país. Faleceu em 1968, em consequência de uma trombose, que o deixou tetraplégico no início dos anos 60. MORAIS, Fernando. *Chatô: O Rei do Brasil*. op. cit., 1994.

<sup>15</sup> A imagem de uma mulher na capa, se tornou, desde então, regra, que só será rompida em ocasiões muito especiais, como crises políticas, intervenções militares, acontecimentos históricos (visita do Papa ao Brasil), etc..

dava qualidade e cor à impressão em papel couché, antes nunca vista no Brasil, e a redação pobre, apesar dos muitos colaboradores, em sua maioria intelectuais renomados, a que se aliava a falta de recursos financeiros e instalações pouco adequadas, quase levaram *O Cruzeiro* à falência nos primeiros anos.<sup>16</sup>



Capas da Revista *O Cruzeiro* nos anos 50.

Convencido de que o público havia se cansado da linha editorial literário-artístico<sup>17</sup>, Accioly Netto decidiu que a solução para a crise financeira e de vendagem da revista, que se abateu depois dos primeiros anos de seu lançamento, consistia em transformá-la em cópia da revista norte-americana *Life* e da *Paris Match* francesa, caracterizadas pela diversidade dos assuntos e reportagens exóticas, com muitas imagens, texto ágil e informativo. Com o auxílio das redações de outros jornais da cadeia *Diários Associados*, e do material advindo das agências de publicidade, em especial, das de Hollywood,

<sup>16</sup> Este, e os dois parágrafos seguintes, são baseados em informações dadas por Accioly Netto, jornalista e editor da revista durante quase 30 anos, no seu livro de memórias. NETTO, Accioly. *O império de papel. Os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Editora Salina, 1998. A discrepância entre a qualidade do setor gráfico e a precariedade da redação, era fruto do amadorismo do modelo de administração empregado por Assis Chateaubriand nas suas empresas. Os altos empréstimos bancários adquiridos para a nova revista foram usados prioritariamente na aquisição dos equipamentos, enquanto o prédio da redação fora improvisado e os colaboradores, contratados por altos salários de outras empresas concorrentes, dificilmente os recebiam nas datas de pagamento. Id.Ibidem., pp. 38-39.

<sup>17</sup> Concentrada no resumo e crítica de livros, poesias e contos literários, com reprodução de pinturas, fotografias paisagísticas e esculturas.

que forneciam gratuitamente fotos dos atores e bastidores de suas produções, *O Cruzeiro* passou por mudanças, de cunho gráfico e editorial, até se tornar sucesso nas décadas seguintes.<sup>18</sup>

A salada de fotorreportagens, que podiam surgir do crime *mais hediondo no momento*, as reportagens investigativas de David Nasser<sup>19</sup>, documentário de lugares tidos como exóticos, os bastidores dos concursos de miss, com amplas fotografias dos desfiles, ao lado das colunas permanentes de sátiras e caricaturas bem-humoradas, de Millôr Fernandes (*Pif-Paf*), Péricles de Andrade Maranhão (*O amigo da onça*), e Carlos Estevão (*Lições de coisas*), e das análises sociopolíticas de intelectuais como Gilberto Freyre (*Pessoa, Coisa e Animais*), Gustavo Barroso (*Segredos e Revelações da História do Brasil*) e Raquel de Queiroz (*Última Página*), surtiram efeito, e, nos anos 50, *O Cruzeiro* chegou a seduzir mais de 850 mil compradores, numa só semana.<sup>20</sup>

Outra estratégia da direção de *O Cruzeiro*, para salvá-la da falência, foi o investimento maciço na atração do público feminino. A figura da mulher não só passa a ser mais explorada pela redação e pela publicidade, como também algumas sessões especiais são criadas com o intuito de atendê-las, como *Elegância e Beleza* (receitas e sugestões de procedimentos e produtos de beleza), *Da mulher para a mulher* (conselhos sentimentais, noções de etiqueta e comportamento social) e *Lar doce Lar* (receitas e dicas de culinária). A moda, alvo das reportagens de Alceu Penna<sup>21</sup>, as *pin-ups Garotas do Alceu* e contos românticos fechavam o índice *Para Elas* da revista.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> Para Fernando Morais, biógrafo de Assis Chateaubriand, foi o sobrinho deste, Freddy Chateaubriand, o responsável e idealizador dessa nova fase, e não Accioly Netto. Prova disto, seriam as contratações, por Freddy, de grande parte dos novos jornalistas e fotógrafos da revista. Dentre essas contratações, se destaca o fotógrafo Jean Manzon (que trabalhara na França, na *Paris Match* e *Paris Soir*), Millôr Fernandes, David Nasser (ex- *O Globo*), dentre outros. MORAIS, Fernando. *Chatô: O Rei do Brasil*. op. cit., 1994, p. 353/418-419.

<sup>19</sup> Repórter mais famoso e polêmico da imprensa escrita da época. Para saber sobre sua trajetória, ler: CARVALHO, Luiz Maklouf. *Cobras Criadas: David Nasser e O Cruzeiro*. 2ªed. São Paulo: Editora Senac, 1999.

<sup>20</sup> Encontram-se, na bibliografia sobre a época, informações contraditórias sobre os records de vendagem da revista. Os números variam entre 720 mil e 850 mil. Estima-se, porém, que cada exemplar era lido, em média, por 4 ou 5 pessoas, segundo dados do IBGE.

<sup>21</sup> Cartunista mineiro, fez grande sucesso com os modelos de vestidos e o traço ousado, lançando modas e tendências no país. JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil*. Moda e Imprensa – 1933-1980. São Paulo: CLUQ., 2004.

<sup>22</sup> A preocupação dos editores de *O Cruzeiro* em atrair as mulheres pode ser comprovada por uma pesquisa encomendada na época, que concluiu que as mulheres costumavam ler de "trás pra frente". Acreditando nisso, essas seções foram concentradas propositalmente nos últimas páginas da revista. NETTO, Accioly. *O império de papel*. op. cit., 1998, p. 134.

O *Cruzeiro*, no entanto, não era o único órgão da imprensa, à época, a fazer investimento semelhante. Tendência do mundo ocidental, a imprensa feminina emerge em consequência da progressiva entrada da mulher, principalmente, as da elite e da classe média, nos espaços públicos, nas universidades e no mercado de trabalho, processo que se efetua ao longo do século XX.

## 1.2) Imprensa feminina: poucos limites, algumas definições.

A imprensa feminina difere, sobretudo, por ser pensada e redigida essencialmente para o *feminino*. Ainda que não seja necessariamente escrita por pessoas do sexo em questão, compreendo que existe uma separação clara entre a imprensa feminina e a *escrita feminina*<sup>23</sup>.

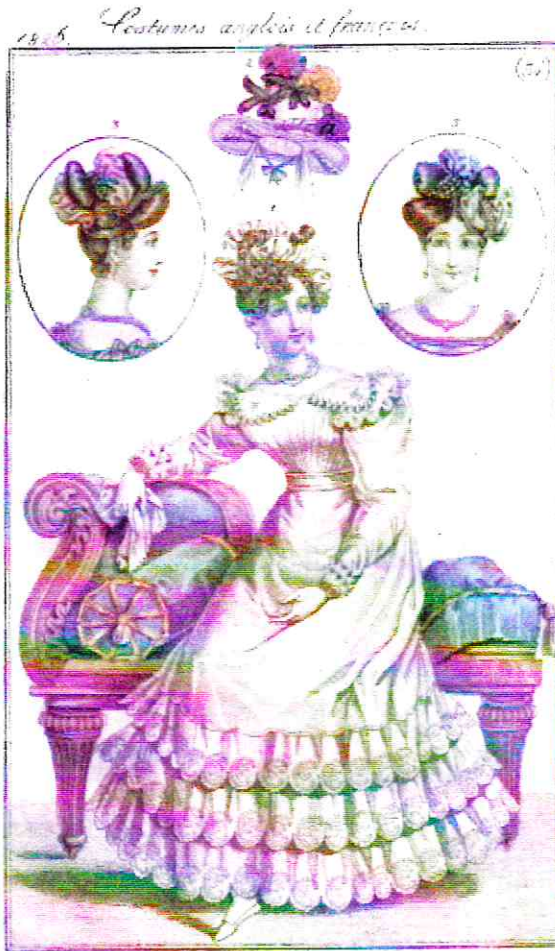
As mulheres são pauta da imprensa desde o século XVII, o primeiro periódico de que se tem notícia, o inglês *Lady's Mercury* (1693), onde já existia troca de correspondências entre a leitora e a conselheira sentimental. Posteriormente, segue a iniciativa alemã *Akademie der Grazien* (1774) e as italianas *Toilette* (1770), *Biblioteca Galante* (1775), *Giornale Della Donn* (1781).

Surge, entretanto, na França, o mais bem-sucedido exemplo, o *Journal des Dames et des Modes* (1759-1778), referência para outras localidades, inclusive o Brasil. A valorização da moda, em detrimento da literatura, dos poemas e da crônica, é a grande contribuição francesa para a expansão e consolidação do sucesso desse segmento na imprensa mundial.

Se é creditada, aos franceses, a inclusão dos primeiros *moldes* de roupas, acoplados ao texto escrito, com o intuito de atrair as mulheres, são os norte-americanos, a partir da segunda metade do século XIX, os responsáveis por popularizar e facilitar o acesso das revistas ao público, inaugurando a venda desse material, nas lojas comerciais e livrarias, já que, na Europa, só podiam ser adquiridas por correio. A influência americana, no entanto, não se limita às mudanças na distribuição: estendeu-se também ao modelo editorial,

<sup>23</sup> Quanto à diferença entre escrita e imprensa feminina, é preciso compreender que a imprensa feminina não é necessariamente escrita por mulheres, mas é, obrigatoriamente, dirigida para elas. Já a escrita feminina é atividade jornalística e literária exercida por mulheres, voltada ou não para o mesmo sexo.

que pela primeira vez associa a feminilidade à casa, com o lançamento de *Lady's Home Journal* (1883), e publicado até hoje nos EUA, centrado no conteúdo em "três linhas básicas: aperfeiçoar o gosto, apresentar temas de interesse público e defender certas causas, às vezes triviais, às vezes idealistas."<sup>24</sup>



*Fac-símile do  
Journal des Dames et des Modes em 1826.*

No Brasil, os primeiros números datam da primeira metade do século XIX. Os pioneiros, *O Espelho Diamantino* (Rio de Janeiro, 1827), *O Correio das Modas* (Rio de Janeiro, 1839) e *O Espelho das Brasileiras* (Recife, 1931), reiteram os exemplares europeus e norte-americanos, estimulando o interesse das mulheres pela poesia, literatura romântica e vestuário. Esses jornais, os mais assumidamente feministas<sup>25</sup>, e inúmeros outros que os seguiram, durante o século XIX, tiveram vida curta e vendagem limitada a pequeno número de mulheres, por razões sociais, como a desigualdade de renda e de interesse entre as mulheres de elite e as mulheres mais pobres, na maioria analfabetas.<sup>26</sup>

Somente no século XX, surge a primeira publicação especializada em mulheres, razoavelmente bem-sucedida, *A Revista Feminina* (1914), publicada

<sup>24</sup> BUITONI, Dulcília. *Imprensa Feminina*. op. cit., pp. 7-33. Todas as outras informações, utilizadas nos últimos 3 parágrafos, também foram retiradas do mesmo livro da autora.

<sup>25</sup> Inspirado também no modelo europeu, surgido após a revolução francesa. "Imprensa feminina é aquela dirigida e pensada para as mulheres. A feminista, embora se dirija ao mesmo público, se distingue pelo fato de defender causas." Id. *Ibidem*, 1986.

<sup>26</sup> MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista: Imprensa e práticas culturais em tempos de República*. op. cit., 2001.

até 1936<sup>27</sup>, alcançando relativo sucesso, com tiragens em torno de 15 mil exemplares. Salvo as devidas proporções de contexto histórico e de dimensão do evento, esse sucesso se explica pela inspiração norte-americana, que cada vez mais associa modelos de *ser mulher* (em casa, e na rua) ao consumo de produtos. Associação claramente verificável pela exploração e intensidade da representação de imagens de mulheres acopladas aos primeiros anúncios publicitários dos jornais e revistas.

No Ceará, a imprensa feminina pode ser verificada, em algumas iniciativas, aparentemente não muito prósperas, de confecção de revistas de variedades, que têm nas mulheres seu maior público leitor. Em destaque a *Revista Contemporânea*, fundada em 1939<sup>28</sup>. Com financiamento de pequenos comerciantes e profissionais liberais locais, a revista seguia o modelo *magazine*, fazendo combinação de noticiário local, cobertura de eventos internacionais e poemas literários. O acabamento gráfico é carente, muito distante da estética e da qualidade ilustrativa das concorrentes do sul. No entanto, segundo informação da própria revista, ela chegou a ser vendida em bancas do Rio de Janeiro<sup>29</sup>.



*Revista Contemporânea*  
Fortaleza/49

<sup>27</sup> Lançada por uma mulher da elite paulista tradicional, Virgilina de Sousa Sales, “essa publicação é o exemplo mais perfeito da vinculação imprensa/indústria nascente/ publicidade, pois deve sua existência a uma bem montada sustentação comercial, hoje ingênua mas bem eficaz na época.” BUITONI, Dulcília. *Imprensa Feminina*. op. cit., 1986.

<sup>28</sup> Só consegui ter acesso a dois exemplares de 1945

<sup>29</sup> *Revista Contemporânea*. Fortaleza: maio e junho de 1945, p.15. “A *Revista Contemporânea* foi fundada pelo Osmundo Pontes (...). A linha editorial era o mundanismo. Publicava retrato das moças bonitas daqui, fazia comentários sociais (...). Era o típico da mundana, quer dizer, revista de superficialidades (...)” Depoimento de Geraldo Nobre, ex-secretário da *Revista Contemporânea*. PONTE, Sebastião Rogério (org.). *História e memória do jornalismo cearense*. Fortaleza: NUDOC/UFC/ Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado do Ceará/SECULT, 2004, p. 202

Outro exemplo é *A Folha do Rádio*, dirigida pelo jornalista Ciro Colares e sua esposa Neusa, versão cearense de um dos maiores sucessos editoriais da década de 50, *A Revista do Rádio*. Empreendimento nacional, lançada em 1948, a *Revista do Rádio* se especializou em revelar os bastidores e a intimidade do rádio nacional, temário seguido pela *Folha do Rádio*, centrada, porém, no quadro de artistas que compunham as transmissoras locais.<sup>30</sup>

Apesar dos exemplos, é nos jornais diários que a imprensa feminina, em Fortaleza, de fato, ganha força e destaque, com o surgimento de diversas seções, colunas, mesmo, páginas inteiras, voltadas exclusivamente ao público feminino.<sup>31</sup>

Para melhor compreensão do fato, a citação abaixo, extraída de informe publicitário do jornal diário mais vendido em Fortaleza nos anos 50, *O Povo*<sup>32</sup>(que se auto-intitulava *O Jornal de toda Família*), demonstra a preocupação dos editores em conquistar o público feminino:

Para Ela

Ótimas seções femininas – Conselhos de Beleza – Receitas Culinárias – Moda – Cinema – Teatro – Sugestões diversas e um completo noticiário da vida social da cidade.

Para Eles:

Noticiário exato do panorama econômico-financeiro do país e uma boa cobertura dos acontecimentos nacionais e internacionais. Apresentando também A MELHOR seção esportiva da cidade. Completo noticiário policial. Seções de passatempo, palavras cruzadas – Curiosidades, etc...<sup>33</sup> (grifos do texto)

<sup>30</sup> Respondendo a pergunta “Como era a revista?” (referindo-se à *Folha do Rádio*), Ciro Colares pergunta: “Você conheceu a *Revista do Rádio*? Depois da afirmativa responde: “Ela era um cópia – não digo uma cópia porque ninguém copiava ninguém – mas era uma revista também em que se escrevia sobre rádios, sobre artistas.” PONTE, Sebastião Rogério (org). *História e memória do jornalismo cearense*. op. cit., p. 109. Para saber mais sobre a *Revista do Rádio* e outras publicações nacionais sobre o veículo, ler: FAOUR, Rodrigo. *Revista do Rádio: cultura, fuxicos, moral*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

<sup>31</sup> Consultando a bibliografia, sabe-se que nos anos 20, por exemplo, já existam algumas seções femininas em jornais fortalezenses, entretanto, algumas delas devem ter sido extintas, uma vez que no início dos anos 50 (até 1953), só consegui identificar três: *O Unitário Feminino* (Unitário), *o Correio Feminino* (Correio do Ceará), e *o Jornal do Lar* (*O Estado*), todas esporádicas.

<sup>32</sup> Fundado em 1928, pelo jornalista Demócrito Rocha, com a intenção de defender a democracia, é o único remanescente do período que circula até os dias atuais. Era o jornal mais vendido nos anos 50, atingindo tiragens de cerca de 10 mil exemplares.

<sup>33</sup> O informe era acompanhado de uma gravura, em que pequena família reunia-se em torno do jornal. Vê-se um homem (marido e pai) recostado à poltrona, de aspecto confortável, segurando o jornal, apoiado sob suas pernas, com as duas mãos. A mulher (esposa e mãe), sentada no braço da mesma poltrona, mantém-se inclinada sobre o jornal, apoiando um dos braços em volta do marido, enquanto o jovem rapaz (filho do casal) se encontra sentado no chão, com as costas apoiadas em um dos lados da poltrona. O informe e a ilustração ocupam



O objetivo da propaganda de *O Povo* é mostrar ao leitor que o jornal é um veículo importante de informação e diversão para ambos os sexos e diferentes idades, sugerindo, ao final, uma assinatura e que se receba em casa "o jornal mais lido do Ceará".

O pronome "ele" aparece no plural ("eles") e o "ela" no singular. Numa das leituras possíveis, conclui-se que se opta por "eles" quando se busca referir a ambos os sexos, e por "ela" quando se fala da mulher. Não se cogita delimitar um espaço exclusivamente masculino no veículo, usando-se um *para* "ele", por exemplo. O noticiário policial e econômico, os acontecimentos esportivos e as análises da política são destinados prioritariamente ao público masculino, mas não excluídos por completo dos interesses das mulheres. No entanto, existe clara tentativa de segmentar o uso feminino do jornal, quando o informe indica que existe material exclusivo para "ela". "Ela" indica que "ele", em seguida, apesar de no plural, não atesta indiferenciação sexual do público. Ao contrário, "ela" do anúncio, reforça a divisão de gêneros que permeia a sociedade e a imprensa da época. Em outra leitura, o uso do pronome "eles" se refere apenas aos homens, "ela" às mulheres. A diferenciação do singular e do plural para o feminino e o masculino, respectivamente, advém somente da tentativa de se criar maior cumplicidade com a leitora, prática comum na imprensa feminina, pródiga no uso de pronomes pessoais de tratamento, como *você, amiga, querida*. De qualquer forma, as duas leituras da fonte corroboram o investimento na naturalização de dois gêneros.

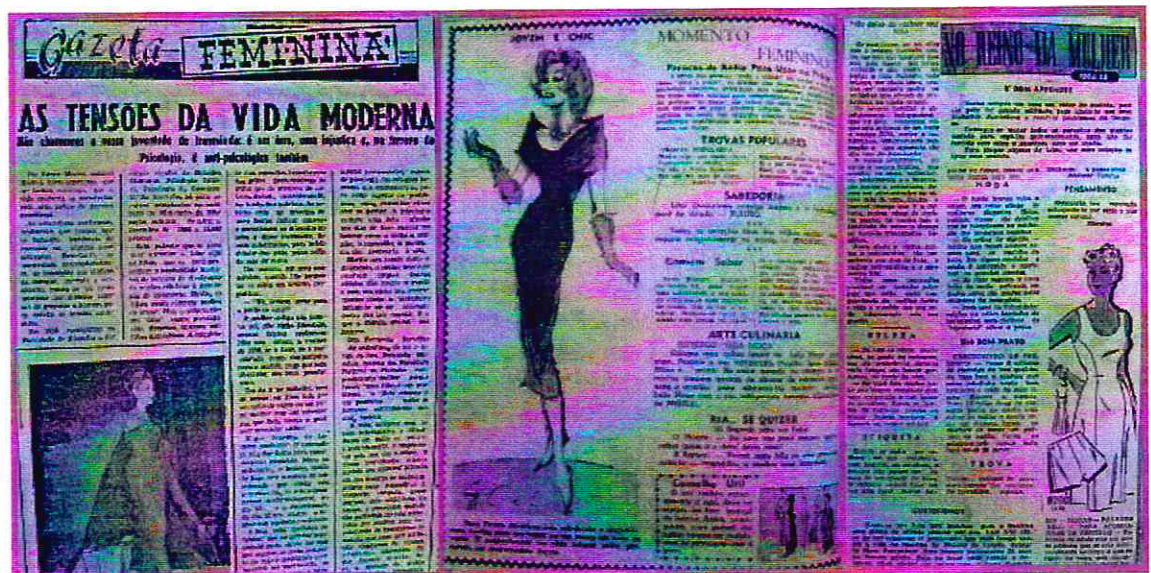
"Ela" denota que as mulheres são seres díspares, que se interessam por assuntos diferentes, por viverem num universo singular, permeado por questões próprias das quais os homens não têm qualquer necessidade ou interesse de conhecer. Entendo que o "para ela" tem o propósito de excluir ou, pelo menos, não tentar conquistar ou atrair o público masculino para as sessões especificadas. Independentemente do fato de os homens se interessarem ou lerem o material, explicita-se a segmentação de intenções e de gostos masculinos e femininos. A necessidade de distinção do espaço

---

cerca de ¼ da página de número 5, bem ao lado da coluna *O Povo Feminino*. *O Povo*. Fortaleza: 19 de abril de 1958.

veiculado liga-se à distinção de público pretendida. Afora a diferenciação dos gêneros, a imprensa feminina também obedece à exigência classista, já que anuncia produtos compatíveis com um estilo de vida, em que a disponibilidade de tempo e dinheiro é imprescindível para garantir o refinamento e a sofisticação apregoados.

Com a leitura de outras chamadas do jornal *O Povo*, conclui-se que, para os editores do jornal, as mulheres da época se interessavam prioritariamente por mexericos do *high society* e de Hollywood, receitas de bolos e de máscaras para esticar a pele, moda e outros temas afins. Assuntos semelhantes aos tratados, nas páginas femininas de *O Cruzeiro*, identificados ou situados a partir de termos como *feminino/ feminina, para mulher e para ela*, grafados suavemente, com letras inclinadas e curvilíneas. Nota-se, pois, intenção nítida de individualizar um espaço feminino do conteúdo restante.



*Gazeta Feminina*  
*Gazeta de Notícias /58*

*Momento Feminino*  
*Gazeta de Notícias /59*

*No Reino da Mulher*  
*Correio do Ceará /59*

A titulação por qualificativos femininos e investimento em assuntos ligados à moda, vida doméstica, consultório sentimental e beleza, também são características das colunas *Vida Feminina, No Reino da Mulher* – do vespertino

pertencente à mesma cadeia de *O Cruzeiro*, *O Correio do Ceará*<sup>34</sup>-, *Gazeta Feminina e Momento Feminino* – da *Gazeta de Notícias*<sup>35</sup>-, e do *O Jornal Feminino*, seção dedicada à mulher do jornal que mais investe nesse segmento em Fortaleza, *O Jornal*<sup>36</sup>.

Entre as primeiras iniciativas de investimento de seções especializadas em mulheres, nos jornais cearenses, destacam-se *Jornal do Lar do O Estado*<sup>37</sup>, o *Unitário Feminino*, do jornal matutino *Unitário*<sup>38</sup>, e *O Correio Feminino*, do vespertino *Correio do Ceará*, suplementos de periodicidade aleatória (mas freqüentes nas edições de domingo). Os dois últimos eram cópias integrais do suplemento feminino de *O Jornal* (do Rio de Janeiro) - os três pertenciam à mesma cadeia, os *Diários Associados*. Anexados ao conteúdo maior do jornal, aparecem desde 1953. No entanto, apenas na segunda metade da década, é que alguns jornais locais, que tinham um padrão estético e editorial mais característicos da imprensa burguesa, priorizando a agilidade da notícia e a diversidade de segmentos<sup>39</sup>, intensificam o gênero informativo com a

<sup>34</sup> Jornal vespertino fundado em 1915, foi acoplado ao grupo dos *Diários Associados* ainda nos anos 40. Tinha noticiário nacional e internacional vasto com grande espaço para a publicidade. Chegava a tiragens em torno de 7000 mil exemplares.

<sup>35</sup> Jornal fundado em 1927 por Antônio Drummond, se mantém em circulação até os anos 70, passando pela mão de alguns donos. No início dos anos 50, foi arrendado pela MUC "Movimento de União pelo Ceará", liderado pelas classes comerciais, com a intenção de difundir idéias de modernização. Já em 58, tido como "decadente", pela precariedade financeira, foi assumido pelo grupo empresarial J. Macedo, como meio de fazer chegar à opinião pública as convicções políticas e os interesses do grupo empresarial. NÉRI. Ana Katerine Medina. *O Jornal: Possíveis hipóteses de sua criação e desaparecimento*. Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da UFC, Fortaleza: 1990, p. 10.

<sup>36</sup> De vida efêmera, pouco menos de um ano de existência, *O Jornal* foi lançado em 1958, sendo considerado por muitos jornalistas contemporâneos um marco na imprensa escrita cearense, pela sua qualidade gráfica e inovadora, que teria inaugurado o jornalismo moderno no Ceará. Ver os depoimentos de Adísia Sá, Ari Cunha, Balchard Girão e Dorin Sampaio, em: PONTE. Sebastião Rogério (org.). *História e Memória do Jornalismo Cearense*. op. cit., 2004.

<sup>37</sup> Jornal matutino, fundado em 1936, tinha uma tiragem média de 4500 exemplares nos anos 50. Segundo o Historiador Antônio Luiz Macedo e Silva Filho, que o estudou ao longo da década de 40, assumia um discurso de defesa da civilidade, sobretudo, das pessoas que freqüentavam espaços e equipamentos públicos, como cinemas e bondes, sem, no entanto, ser muito ardoroso em defesa da moralidade. SILVA, Antonio Luiz de Macedo. *Na Senda do Moderno*. op. cit., p. 18.

<sup>38</sup> Jornal matutino mais antigo a circular, em Fortaleza, foi fundado em 1903 pelo jornalista João Brígido, e nos anos 40 acoplado ao grupo dos *Diários Associados*. Com vendagem de cerca de 6.500 exemplares, trazia composição gráfica e matérias muito semelhantes, quando não idênticas ao outro jornal do grupo associado no Ceará, o *Correio do Ceará*. Os dois, juntos, respondiam pelo maior número de vendagem do estado. "Confirma-se a preferência do público, pelo 'Correio do Ceará' e pelo 'Unitário'". *Correio do Ceará*. Fortaleza: 6 de janeiro de 1954 (última página).

<sup>39</sup> Destoando do *O Povo*, *Gazeta Feminina*, *Unitário*, *Correio do Ceará* e *O Jornal*, podemos indicar o *O Nordeste* (católico), *O Democrata* e o *O Diário do Povo*, que tinham uma

publicação diária, semanal ou, pelo menos, quinzenal, das colunas citadas em parágrafos acima. A coluna *Momento Feminino*, em substituição à *Gazeta Feminina*, do jornal *Gazeta de Notícias*, em novembro de 1959, como ressalta o jornalista Dorian Sampaio, demonstra o esforço do jornal local (mais modesto que os demais) em assegurar, para as leitoras, uma página feminina.

'Momento Feminino' é dedicado às nossas leitoras. Para tanto, embora com sacrifício contratamos agências estrangeiras e nacionais, ao lado de havermos assinado convênio com "O Globo", o que nos possibilitará a estampar, em nossas páginas, a última palavra sobre a moda e tudo que diz respeito ao lar e à mulher.<sup>40</sup>

Apesar das divergências ideológicas e partidárias dos jornais *O Povo*, *Gazeta de Notícias*, *O Jornal* e o *Correio do Ceará*, as páginas femininas têm similitudes no padrão estético e no próprio conteúdo, inclusive com a revista *O Cruzeiro* (que diante da dificuldade de acesso a jornais de outros estados, serve de parâmetro para comparar o local com o nacional). Nota-se a repetição de alguns textos ou de textos assinados pela mesma pessoa, em diferentes colunas. É o caso, por exemplo, das consultas e conselhos de etiqueta da norte-americana *Amy Vanderbilt*<sup>41</sup>, cujos



Frontispício de  
*O Povo Feminino* /59

confeção gráfica mais humilde, poucas páginas (em torno de seis), e discurso mais voltado para questões ideológicas.

<sup>40</sup> SAMPAIO, Dorian. "Demonstração de nosso esforço." Fortaleza: *Gazeta de Notícias*, 10 de novembro de 1959, p 2. (Dia a Dia)

<sup>41</sup> Americana milionária, nascida em Nova York, cursou faculdade de jornalismo, e, em 1952, publicou um livro de etiquetas, *Complete Book of Etiquette*, que se tornou marco no gênero nos EUA, batendo seguidos recordes de vendagem. Amy Vanderbilt chegou também a escrever sobre o tema para jornais e apresentar programas de rádio e televisão, chegando a chefe do cerimonial da Casa Branca. No Brasil, o primeiro exemplar lançado em português

escritos faziam-se presentes em *O Correio do Ceará*, e em *O Jornal*, com menor regularidade.

Mas, se a descoberta da identidade e origem dos textos assinados por *Amy Vanderbilt* é relativamente fácil, o mesmo não se dá com a maioria de outros nomes e pseudônimos para quem são creditados alguns textos e colunas das seções femininas dos jornais locais. Na verdade, na maioria, os textos não possuem qualquer indicação, quanto à origem, muito menos, à identidade de quem os escreveu. No *O Povo*, quem assinar o texto de abertura de *O Povo Feminino*, é *Cybele*. que, posteriormente, descobre-se ser pseudônimo de Cíbele Pompeu<sup>42</sup>, professora, atriz e estudante de direito da recém-criada Universidade Federal do Ceará, que manteve, a partir de 1957, uma coluna no jornal, onde comentava fatos do cotidiano, opinava sobre novos comportamentos e condição feminina na conjuntura social da época, ou, por vezes, escrevia breves crônicas literárias sobre temas variados.

Apesar de se desvendar o autor dos textos de *Cybele*, por saber-se membro da sociedade local, por, seguidas vezes, remeter a fatos ou locais da capital cearense em sua coluna, da presença de outros nomes, também americanizados, e o fato de muitos artigos não receberem qualquer crédito relativo à origem ou ao autor, leva a crer que parte desse material não era produzido em Fortaleza, sendo, provavelmente, fruto de colagens e cópias de revistas nacionais e internacionais. O jornalista Ary Cunha<sup>43</sup>, maior responsável pela montagem dos conteúdos e diagramação inovadora do *O Jornal* (que se destaca dos outros, pela intensidade e volume das páginas femininas), afirma,

---

saiu em 1958. Aqui, teve também seguidas reedições. A autora morreu em 1974, mas seus livros ainda são encontrados em todo o mundo. A última edição brasileira, ainda em catálogo, versão da última edição norte-americana, foi lançada em 2000. TUKERMAN, Nancy. *Livro Completo de Etiqueta Amy Vanderbilt*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

<sup>42</sup> "Cybele, além de redatora feminina, é poetisa de suave expressão e faz parte do Teatro Infantil do Ceará (...). Cybele é assim louca por crianças e por adultos que não matam ainda em si a criança antiga. Só gosta de pessoas simples e que tenham coragem de ser espontâneas e « de se mostrarem elas mesmas.» "Grupo recentista (UARTE) dá um novo impulso às letras do Ceará." *O Jornal*. Fortaleza: 23 e 24 de agosto de 1958, p.4. (Jornal Literário) Matéria elogiosa do concorrente sobre a jornalista Cíbele Pompeu.

<sup>43</sup> Jornalista cearense, que depois de temporada no Rio de Janeiro, onde trabalhou no jornal *Última Hora*, de Samuel Weiner (entre 1951 e 1958), regressou a Fortaleza, a pedido de Bonaparte P. Maia, montando toda diagramação do *O Jornal*. Segundo Ary Cunha, Bonaparte P. Maia, o lançou com o intuito de mostrar que não havia se abalado com as acusações de fraudes envolvendo o Banco do Brasil, levantadas enquanto exercia o cargo de deputado. PONTE. Sebastião Rogério (org.) *História e memória do jornalismo cearense*. op. cit. 2004.

em entrevista<sup>44</sup>, que tentara montar um caderno feminino com colaboradores locais, objetivo impossibilitado diante da falta de gente especializada no assunto e dinheiro para contratação de pessoas de fora da cidade. Accioly Netto<sup>45</sup>, diretor de *O Cruzeiro*, alegando falta de recursos materiais, admite ser prática comum a apropriação de textos de reportagens de revistas internacionais, principalmente as vinculadas à moda, literatura romântica, feminina e variedades. Encontram-se, principalmente em *O Jornal*, artigos idênticos a outros de *O Cruzeiro*, extraídos da seção de dicas de beleza (*Elegância e Beleza*) e de conselhos sentimentais (*Da mulher para a mulher*), sem qualquer referência à origem ou quanto à autoria.<sup>46</sup> Conclui-se que o conteúdo da imprensa feminina local é majoritariamente reprodução de artigos de outros jornais e revistas nacionais, como *O Cruzeiro* e jornais cariocas *O Globo* e *O Jornal*, também, em parte, produto de material traduzido de outras revistas internacionais.

A falta de dinheiro e a dificuldade de encontrar pessoas aptas para a seção de moda e beleza, o consultório sentimental e mesmo os ensinamentos de etiqueta social levam muitos periódicos a simplesmente reproduzirem notícias de revistas internacionais, por exemplo, a “grande” *O Cruzeiro*, como admite seu ex-editor Accioly Netto que, por muito tempo, assume a feitura da seção *Da Mulher para Mulher*, que depois passa pelas mãos de diversas pessoas, até chegar às de Amélia Whitaker, mulher de Leão Godim. Segundo Accioly, Amélia é uma aristocrata paulista, extremamente inteligente, elegante, culta e poliglota, diferentemente do marido, homem sem nenhum preparo, quase analfabeto, que teria adentrado na administração de *O Cruzeiro*

---

<sup>44</sup> Id. Ibidem.

<sup>45</sup> “*O Cruzeiro* publicava também contos tirados de revistas estrangeiras, incluindo até ilustrações, sem qualquer autorização. Ninguém jamais protestou. Éramos ainda um país desconhecido do Terceiro Mundo. (...) Tal sistema era pitorescamente chamado de ‘cola e tesoura’, no qual eu me tornei sem dúvida um perito.” NETTO, Accioly. *O império de papel*. op. cit., 1998.

<sup>46</sup> Exemplos: O artigo “Viver só” foi publicado por *O Cruzeiro* na coluna *Da mulher para a mulher*, no dia 2 de novembro de 1957 (p.100), posteriormente em *O Jornal Feminino*, no dia 26 de agosto de 1958 (p. 3). “Casamento sem amor” foi publicado na coluna *Da mulher para a mulher* de *O Cruzeiro*, no dia 29 de junho de 1957 (p.44), e, novamente em *O Jornal* no dia 23 de dezembro de 1958 (p.3), com o título de “É o amor – Casamento sem amor”, mas com conteúdo idêntico. Não há no *O Jornal* qualquer referência ao fato de se tratar de cópia de matérias já publicadas. Se você é um broto em flor foi publicada no dia 12 de janeiro de 1959 no *O Jornal Feminino*, sendo o texto atribuído à autoria de Marisa Allasio. Quase um mês depois, no dia 18 de fevereiro de 1959 era um dos textos da página feminina no *Reino da Mulher*, assinada por Edda. Sá, com o mesmo título.

exclusivamente por influência do amigo Freddy Chateaubriand (diretor geral dos *Diários Associados* e presidente de *O Cruzeiro*), precisando de ajuda, oferece à esposa o cargo de diretora-presidente da revista, onde em que fazia de censura do que fosse inadequado e de *mau gosto*. A coluna *Da mulher para mulher*, que recebe centenas de cartas de leitoras de todo o país, aflitas por conselhos amorosos, é um dos objetos de sua intervenção. Para Amélia Whitaker, as respostas publicadas eram muito sentimentais, de caráter “mais educativo, e moralizante”. As mudanças surtem efeito negativo e fazem com que a correspondência (muitas vezes, inventada na própria redação) decaísse. Como Leão Godim assume seu cargo nos anos 40, é bem provável que, na década 50, Amélia Whitaker e a auxiliar Helena Rego Costa (esposa de jornalista da mesma revista), tenham sido as responsáveis pela seção.<sup>47</sup>

Se quem produz a coluna *Da mulher para a mulher*, no *O Cruzeiro*, é uma mulher sofisticada e rica, semelhante à americana Amy Vanderbilt, acredita-se que eram mulheres (ou homens que assumiam um papel de mulher) de perfis semelhantes que escreviam os textos de outras colunas publicadas nos jornais locais. O *Povo Feminino*, mesmo tendo, por algum tempo, textos assinados por Cybele, tinha o restante do material provavelmente originado de cópias ou recortes de outras revistas. Fato semelhante se observa com a *Gazeta Feminina*, uma combinação de noticiário local, como a cobertura de festas e concursos de beleza, e material mais didático de moda, beleza, culinária. Já o *Momento Feminino* (de *O Globo*), que substituiu A



*Da mulher para a mulher*  
Frontispício da página feminina de *O Cruzeiro*.

<sup>47</sup> NETTO, Alcioly. *O império de papel*. op. cit., pp. 78-80.

*Gazeta Feminina*, era uma coluna de noticiário totalmente externo, curta e padronizada, com itens fixos de moda, beleza, etiqueta e comportamento.



Frontispício da *O Jornal Tablóide*<sup>59</sup>

O *Jornal* (além da coluna feminina, publica, nos finais de semana, um *Suplemento Tablóide*, totalmente voltado à mulher), conta apenas com um único nome cearense a assinar uma coluna do segmento, o colunista social Lúcio Brasileiro<sup>48</sup>. Fato semelhante ocorre em *Vida Feminina*, publicada pelo *Correio do Ceará*, que, por mais de um ano, tem, como responsável pela, uma das primeiras colunistas sociais da época, Geraldina Amaral<sup>49</sup>, cuja coluna diferenciava-se das demais, por trazer entrevistas com mulheres da sociedade local, comentários

acerca de assuntos como *juventude transviada*, eventos e festas com fins benemerentes, a atuação de mulheres em atividades diversas, etc.<sup>50</sup> O

<sup>48</sup> Batizado Francisco Newton Quezado Cavalcante, mas conhecido por Lúcio Brasileiro, é o único colunista social da época que continua com uma coluna diária (*Reportagem*), no jornal *O Povo*. Segundo suas memórias, iniciou sua carreira aos 15 anos na *Gazeta de Notícias*, por influência de amigos, inaugurando o colunismo social nesse jornal. BRASILEIRO, Lúcio. *Até Agora*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005. p. 105.

<sup>49</sup> Filha de uma família tradicional da cidade de Caucaia, ingressou no colunismo social junto com a amiga Judith Sedy, no jornal *Unitário*, em 1955. Em entrevista ao jornal *Diário do Nordeste*, anos depois, revelou: "Antes se fazia colunismo mais por diletantismo, hoje é em função do jornal. Judith e eu oferecíamos jantares de até 100 talheres, na 'boite' Alabama ou no San Pedro Roof, tudo 'cit'. Falar em jantar de adesão seria uma heresia. Introduzimos também as recepções 'only for women'. Era uma graça: os maridos ficavam esperando do lado de fora, mulher dirigir carro sozinha era uma ousadia impensável, um terremoto em família." Interview: Geraldina Amaral e o charme do anos dourados." *Diário do Nordeste*. Fortaleza: 16 de abril de 1989, p. 3.

<sup>50</sup> "A parte mais agradável das atividades sociais é das atividades beneméritas." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 19 de julho de 1956, p. 5. (*Vida Feminina*); "Gostaria de escrever um livro sobre a delinqüência dos Adolescentes." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 26 de julho de 56, p.5. (*Vida Feminina*); "Cristina, campeã brasileira de tiro ao alvo, desportista de raça." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 5 de julho de 56, p. 5. (*Vida Feminina*); "Judith Sedy comemora 2 anos de crônica social." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 23 de maio de 57, p. 6. (*Vida Feminina*)



restante da coluna é preenchido com dicas de moda, beleza e comportamento (como outras páginas femininas da época que citamos no parágrafo acima), e, como não poderia deixar de ser, em se tratando de colunista social, o noticiário dos eventos sociais em destaque. Em 1957, no entanto, a coluna é substituída por outra mais compacta, de canto de página, todavia mais densa em se tratando do noticiário de moda, das inovações da cosmética e das dicas de comportamento. A substituta era *O Reino da Mulher* assinada por Edda Sá, visivelmente cópia integral de coluna escrita fora da cidade e muito semelhante a *O Momento Feminino*, no formato gráfico e nos temas tratados.

### **1.3) Presença da Imprensa Feminina nos jornais de Fortaleza: possíveis explicações.**

De maneira geral, as páginas femininas dos jornais de Fortaleza tinham um padrão estético e editorial semelhante, ainda que publicadas em veículos com propostas diferentes, inclusive de vinculações políticas (explicitadas, às vezes, na própria coloração): o *O Povo*, partidário da UDN, imprime, desde 1958, as manchetes e detalhes na cor azul; no *Correio do Ceará*, que refletia as preferências de Assis Chateaubriand, em apoio ao presidente Juscelino Kubitschek (o empresário chegou a assumir o cargo de Embaixador do Brasil na Inglaterra, durante o governo do pessedista), a cor vermelha predomina; a *Gazeta de Notícias*, apesar de partidário do PSD, não poupava críticas a Assis Chateaubriand, particularmente às idéias *entreguistas* e à política editorial dos jornais da cadeia dos *Diários Associados*; o *O Jornal* serve as pretensões eleitorais (deputação federal) dos irmãos Bonaparte e Salomão Pinheiro Maia, desejosos de reverter a execração pública a que foram submetidos, pelas seguidas denúncias de contratos e licenças fraudulentas, junto à Carteira de Importação e Exportação do Branco do Brasil, feitos pelas firmas Bonaparte P. Maia & Cia e Carlos Jereissati & Cia, crimes que vieram ao conhecimento público pelas reportagens do *Unitário*, *Correio do Ceará*, *Gazeta de Notícias* e, mesmo, *O Cruzeiro*.

Na contramão desses jornais, citem-se o comunista *O Democrata*<sup>51</sup> e opositorista *O Diário do Povo*<sup>52</sup>, que não possuíam páginas femininas. Entretanto, o *Diário do Povo* possuía coluna diária assinada por Margarida Sabóia de Carvalho<sup>53</sup>, esposa do dono do jornal (ocorrência comum em outros periódicos, como, por exemplo, o da jornalista Adisia Sá<sup>54</sup>, em *Gazeta de Notícias*, e o de Jandira de Carvalho<sup>55</sup>, no *Correio do Ceará*, que versavam sobre assuntos diversos, entre os quais, política, cotidiano e economia). Lembre-se ainda do *O Nordeste*<sup>56</sup>, que, não possuindo página feminina específica, tem as mulheres como pauta de muitos artigos. Em razão do direcionamento católico, os articulistas (muitos padres, alguns jornalistas leigos e leitores católicos) denunciam não só o uso da imagem feminina pela imprensa moderna, como todo e qualquer comportamento considerado *mais avançado*, sejam os já incorporados ou os incentivados pelos meios de comunicação<sup>57</sup>. Os filmes norte-americanos, a programação das rádios e os

<sup>51</sup> Jornal matutino, fundado em 1946 por Olavo Oliveira (PSD), em pouco tempo se tornou o representante oficial do PCB no Ceará.

<sup>52</sup> Jornal fundado em 1947, pelo jornalista e romancista Jader de Carvalho, como forma de denunciar os abusos dos detentores do poder político e econômico, soube defender as classes trabalhadoras. "O Diário do Povo nasceu para defender os oprimidos, para lutar pelo pão do povo. Nasceu e viveu pra lutar pela liberdade de expressão do pensamento. Se chegou a ser violento e forte, a ponto de eu receber agressões pessoais, é porque a verdade às vezes é tão crua que só pode ser dita sob metáforas. E eu nunca usei metáforas, sempre disse a coisa em linguagem direta. E essa linguagem direta tanto trouxe perigo para o meu jornal quanto para minha própria pessoa", segundo o próprio Jader de Carvalho. BESSA, Sílvia. "A verdade sem metáforas." *O Povo*. Fortaleza: 6 de agosto de 2005. (Caderno Vida e Arte)

<sup>53</sup> É escritora, poeta, e professora, junto com o marido, Jader de Carvalho, e era revisora gramatical do jornal *Diário do Povo*.

<sup>54</sup> "Iniciou a sua carreira na *Gazeta de Notícias*, passou pelo *O Estado*, *O Dia*, até fixar-se no *POVO*, no qual continua até hoje escrevendo um artigo semanal. Foi comentarista em várias emissoras de televisão, atividade que continua a exercer diariamente na AM do Povo. A jornalista também ocupou diversos cargos de direção em entidades de classe, em diversos mandatos: Associação Cearense de Imprensa, Sindicato dos Jornalistas do Ceará e Federação Nacional dos Jornalistas" "Ombudsman emérita." *O Povo*. Fortaleza: 10 de março de 2005. p.2

<sup>55</sup> Jandira de Carvalho, nascida em Sobral, escritora, poetisa, nos anos 50 assinava uma coluna diária no *Correio do Ceará*, chamada *Crônica Social*, onde escrevia crônicas e textos dissertativos literários sobre os mais variados assuntos. HOLLANDA, Heloisa Buarque e ARAÚJO, Lúcia Nascimento. *Ensaístas Brasileiras*. Mulheres que escreveram sobre literatura e artes de 1860 a 1991. Rio de Janeiro: Rocco, 1993, p. 144.

<sup>56</sup> Jornal vespertino, fundado em 1922, ligado à Arquidiocese de Fortaleza, nos anos 50 chegou a possuir cerca de 4000 assinantes. De feita e material simples, dava mais espaço às colunas de opinião do que às de informação. O teor do discurso de seus articulistas visavam, quase sempre, convencer os leitores sobre a importância de manter a moral e os *bons costumes*, diante da *perdição* que a modernidade representava.

<sup>57</sup> **Sobre o uso de imagens femininas pelos outros órgãos de imprensa:** "Recebemos com a maior tristeza deste mundo a notícia da compra do "Jornal do comércio" pela cadeia associada. O velho e tradicional matutino carioca certamente vai mudar de aspecto, (...). Vai

eventos sociais (como os concursos de *miss*), anunciados pelos concorrentes, são tidos como agentes de destruição da dignidade e moral cristã<sup>58</sup>.

É, prioritariamente, pelos articulistas dos jornais *O Povo*, *O Nordeste* e a *Gazeta de Notícias* que se pode entender, com mais objetividade, como alguns setores das elites locais pensavam os novos comportamentos assumidos pelas mulheres ao longo da década. Ao fazermos uma análise comparativa, é possível perceber que, nesse caso, os jornais que se aproximam mais de um modelo de imprensa burguesa, como *O Povo*, *Gazeta de Notícias* e *Correio do Ceará*, não publicam textos de opiniões que diferem substancialmente dos escritos dos articulistas do *O Nordeste*. Talvez a posição mais destoante seja a dos colaboradores de jornais de orientação comunista, *O Democrata* e *Diário do Povo*, que condenam, de forma mais aberta, as mulheres apenas dedicadas ao lar, ao lazer, ou à estética, sem no entanto, buscarem participação na produção intelectual, nas profissões acadêmicas, movimentos sociais, etc.

*O Jornal* merece menção particular, por ser o primeiro periódico de características empresarias, genuinamente cearense. Ainda que seus criadores o tenham fechado logo após a conquista dos cargos políticos, o vespertino é considerado um divisor de águas da imprensa fortalezense. Bonaparte e Salomão P. Maias aplicam ao jornal a mesma lógica comercial de suas empresas e, mesmo concorrendo na criação com mais 8 jornais, tornou-se um sucesso de vendas. Vejamos as palavras da jornalista Ana Katerine Medina Néri, que estudou, mais a fundo, o *O Jornal*.

---

agora estampar fotografias de misses desnudas para satisfação sem gosto, sem tradição, sem vergonha." LIMA E COSTA. "Jantar Society." *O Nordeste*. Fortaleza: 11 de abril de 1959, p.5. **Sobre as ameaças dos novos comportamentos femininos:** "Há uma preocupação exagerada da mulher pela moda e por tudo quanto seja novidade (...) a jovem cristã de hoje vive a braços com mil dificuldades e solitudes outras, que as desnorream a tal ponto que necessitam de uma palavra de orientação para não trair os princípios da moral cristã no caos imenso da hora presente (...)." "Modas e esporte femininos". *O Nordeste*. Fortaleza: 26 de outubro de 1954.

<sup>58</sup> O mais célebre exemplo é, sem dúvida, a seção diária intitulada *Censura de Filmes e Peças Teatrais*, que dava cotações como "impróprio para pessoas decentes", a filmes europeus e norte-americanos considerados mais ousados. Além do cinema e do teatro, as românticas novelas do rádio também eram condenadas. "(...) o rádio brasileiro é responsável por verdadeiros atentados ao sentimento geral e comum do pudor. A novela indecorosa, que inflama as paixões, envenena a alma, corrompe as consciências (...). É deplorável porém que a influência seja perniciosa na formação da mentalidade adolescente." "Influência do rádio na educação." *O Nordeste*. Fortaleza: 13 de junho de 1952, p.2.

Há vários elementos presentes em *O Jornal* considerados inovadores na imprensa cearense, entre eles a preparação de um prédio adequado, racionalmente estruturado, especialmente para sediá-lo; a utilização de uma página inteira para o jornalismo social; o lançamento de suplementos-tabloides femininos; o uso de fotografias de quatro páginas; o pagamento de salários acima da média do mercado e a contratação de profissionais de outros Estados. Talvez o mais significativo tenha sido o surgimento oficial da diagramação no Ceará. Além de técnicos do *Última Hora*, os P. Maia trouxeram do Rio um diagramador para traçar sua feição gráfica e ensinar a arte aos profissionais cearenses: Jaime de Almeida.<sup>59</sup>

A coluna feminina de *O Jornal* é a primeira a ser publicada diariamente em página inteira, às vezes, em parte de uma outra. Como era jornal para muitos leitores (e simpatizantes das candidaturas dos irmãos) e não provocar rombo nas empresas dos donos, diante do alto investimento da criação, a presença de *O Jornal Feminino* e de um suplemento (cerca de 7 páginas) nos finais de semana, leva-se a refletir sobre a importância da mulher na garantia de boa vendagem para um jornal na capital. Acrescenta-se que, como esclareceu Ana Katerine Medina Néri, *O Jornal* havia sido muito bem programado, com a importação de profissionais a preço acima de mercado, e planejado para ser um sucesso. A página feminina de *O Jornal*, não estava ali apenas para preencher um *espaço vazio* como, algumas vezes, outras páginas pareciam fazer, mas tinha uma intencionalidade mercadológica muito clara. No entanto, a diferença de *O Jornal Feminino* se dá apenas pelo maior capricho na diagramação, pelo volume e pela publicação diária, já que, em relação aos temas abordados, em pouco destoa das demais.

Provável a importância de *O Jornal Feminino* para o sucesso de *O Jornal*, visível, nos demais jornais (*Gazeta de Notícias*, *O Povo*, *Correio do Ceará*), o crescimento de páginas femininas na década 50, seja pela publicação de novos títulos, pelo aumento do espaço dedicado, ou pela maior intensidade da publicação, pode-se concluir que sua receptividade tinha era favorável no grupo de leitores que tinham acesso aos periódicos. Como as páginas, na maioria, são produzidas fora do Estado, não tendo, por exemplo, uma sessão de cartas do leitor, torna-se muito difícil estabelecer que grupos sociais liam essas colunas. A julgar pela seção de *O Povo Feminino*,

<sup>59</sup>NÉRI. Ana Katerine Medina. *O Jornal: Possíveis hipóteses de sua criação e desaparecimento*. op. cit., p. 10.

*Retratando a Leitora* (sessão esporádica, só encontrada em pouquíssimas datas do ano de 1957, com foto e breve perfil de suposta leitora da coluna) pode-se chegar a alguns indícios. Vejamos um dos textos:

Marisa Cavalcante Domingues – tem 16 anos e cursa 2º ano Normal do Colégio das Dorotéias. Gosta de ler bons livros, tomar banho de mar, conversar com as amigas, e dançar. É leitora assídua de *O Povo Feminino*,<sup>60</sup>

Pelo sobrenome e estudar em colégio particular, ter hábitos e gostos característicos de estilo de vida burguês, conclui-se que se trata de moça (nenhum dos retratos era de senhora) pertencente, no mínimo, à classe média fortalezense. Ainda que um indício muito restrito, é possível que o universo das leitoras de páginas femininas da época seja, em parte, composto de adolescentes de perfis semelhantes à Marisa Cavalcante Domingues. Pode-se acrescentar ainda o fato de algumas seções com títulos facilmente associados ao universo juvenil feminino, como *Brotinhos e seus problemas* de *O Jornal Feminino* e *Cantinho das Moças* da *Gazeta Feminina*, além de inúmeros artigos com temáticas desse mesmo universo, comuns em todas as páginas femininas, indícios que reforçam mais ainda a hipótese acima levantada. Entretanto, certamente as mocinhas não são as únicas contempladas pelas páginas femininas, uma vez as receitas de culinária, dicas de decoração da casa e educação dos filhos, entre outros, são claramente direcionadas a mulher adulta e possivelmente mãe e casada.

A imprensa feminina, em Fortaleza, nos anos 50, propunha o ideal de mulher solteira, casada, mãe, elegante, dona de casa, ainda que a linha editorial, o partidário político, ou as convicções e intencionalidades ideológicas e mercadológicas fossem divergentes. O que se apresentava, era um volume de breves, mas incisivos, artigos de moda, beleza, comportamento produzido fora da realidade das mulheres locais, cuja receptividade por parte do público a que se destinava era contundente, daí perceptível aumento do segmento durante toda a década.

Entre os fatores que explicariam a intensificação de publicação de colunas femininas, nos jornais fortalezenses, aponta-se a emergência do

<sup>60</sup> "Retratando a Leitora." *O Povo*. Fortaleza: 23 de novembro de 1957, p.4. (*O Povo Feminino*)

colunismo social, com um novo estilo de não só noticiar os eventos sociais da cidade, mas de esmiuçar a vida pública das elites tradicionais e dos novos ricos (que buscavam se inserir no seleto grupo dos colunáveis, por legitimidade e prestígio), divulgando suas práticas, simbologias e valores para o restante da população não pertencente aos ciclos sociais mais elevados, mas interessada em conhecer.

Ibrahim Sued e Jacintho de Thormes são os percussores desse modelo jornalístico no Brasil<sup>61</sup>, que não só faz sucesso em São Paulo e no Rio de Janeiro, mas também em Fortaleza, onde quase dez jornalistas e membros da elite local se dedicavam a narrar, para os excluídos do *society*, os detalhes dos eventos e da vida privada da elite.

Era modismo. Não sei se verde-amarelo, legítimo, tupiniquim. Ou importado. O certo é que a imprensa local, a exemplo do que já faziam os principais órgãos de imprensa do Rio e de São Paulo, começou a abrir espaço para os chamados 'colunistas sociais'. Os pioneiros aqui pela terrinha foram Geraldo Silveira, de pseudônimo Robert de Sangerie, a Geraldina Amaral, Eutímio Moreira, o Walter Batista Moreno, que se assinava Walbamo, o Bayard, Lúcio Brasileiro, a Maura Barbosa e a Judith Sendy, dentre outros, que promoviam a glorificação das figuras, de ordinário deslumbradas, do denominado 'café soçaite'.<sup>62</sup>

Surgidas no início de 1955, as primeiras colunas sociais de Fortaleza (de configuração moderna) foram a *Carnet*, assinada por Lord Byron<sup>63</sup>, no

<sup>61</sup> "Jacinto de Thormes, em 'O Estado de S. Paulo', e Ibrahim Sued, em 'O Globo', alimentam os sonhos da classe média emergente e os cofres dos proprietários de jornais. (...) o poder gradativamente foi surgindo nas colunas sociais: economia e política passaram a ser atores de primeira grandeza no cenário em que os bastidores da *doce vida* projetavam uma classe média sonhadora, que ansiava por participar daquele mundo faz-de-conta." ARANTES, Juliana Amorim. *O papel do colunismo social na formação do imaginário das elites sociais*. Uberaba 1960/1980. p.6. In: <http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/LCA/lca0604.htm>. (Retirado em 02/09/2004). Jacinto de Thormes era pseudônimo do filho de embaixador que se dizia primo de Elizabeth II, Manuel Bernades Muller, e Ibrahim Sued o pseudônimo do jornalista Zózimo Barroso do Amaral, também descendente de uma tradicional família do Rio de Janeiro.

<sup>62</sup> GIRÃO. Blanchard. *Sessão das Quatro*. Cenas e Atores de um tempo mais feliz. Fortaleza: ABC, 1998. p. 59. Segundo Lúcio Brasileiro: "'Society' é a verdadeira sociedade, o conjunto de famílias tradicionais. 'Café Society', são as figuras mais circulantes do momento: 'novos ricos', artistas, etc (...)" BRASILEIRO, Lúcio. "Lúcio Brasileiro Informa: os melhores partidos da cidade." Fortaleza: 14 de junho de 1958.

<sup>63</sup> Pseudônimo de Roberto Antunes. O autor Vanius Meton Cadelha Vieira afirma que a primeira colunista social do Ceará teria sido Adília de Albuquerque Moraes, iniciando suas atividades no início de 1920, após ganhar um concurso promovido pelo jornal O Povo. Entretanto a jornalista nunca chegou a ter uma coluna contínua, assinada, ainda que já fizesse uma descrição das festas que freqüentava. Como estamos considerando as duas primeiras características como essenciais para qualificar o modelo de colunismo social feito nos anos

jornal *O Estado* (10 de maio de 1955); cinco dias depois, aparece a *Sociedade* no jornal *Unitário*, da colunista Judith Sendy, mulher culta, poliglota, húngara, que havia morado em vários países da Europa, inaugura sua coluna comentando a moda dos cabelos curtos entre as mulheres da sociedade (15 de maio de 1955); No dia 17, no jornal *O Povo*, a coluna *Fatos e Gente* (nome que logo depois foi substituído por *Tértúlia*), assinada por Walbamo<sup>64</sup>, no ano seguinte, substituída pela *Flagrantes Sociais*, assinada por Eutímio Moreira<sup>65</sup>; no *Correio do Ceará*; pouco tempo depois (junho/1955), surge *Garden Party*, assinada por Robert de Sangerie<sup>66</sup>, extinta no mesmo ano, substituída, meses depois, por *Etiqueta* (nome modificado para *Vida Social*, a partir de 1959), do colunista Bayard<sup>67</sup>. (Contudo, o *Correio do Ceará* logo passa a ter duas colunas sociais, com o lançamento de *Clubes da Cidade* (1958), de Luciano Gaspar, que se diferenciava um pouco da *Etiqueta*, por se centrar mais na divulgação de eventos dos clubes elegantes da cidade, sem no entanto menosprezar a cobertura das festas); No *O Jornal* também circulavam duas colunas simultaneamente, *Na Ronda dos Clubes*, assinada por Marcel<sup>68</sup>, e *Lúcio Brasileiro Informa*, do colunista Lúcio Brasileiro que antes escrevia a coluna *Pela Sociedade* (desde 1955), na *Gazeta de Notícias*. Na ausência de

---

50, não levaremos em consideração esse dado. O próprio autor também afirma que o colunismo social especializado na notícia curta e de fácil leitura, característico dos anos 50, só se iniciou em 1940, com Louella Parsons de Hollywood e foi inaugurado no Brasil por Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued.

<sup>64</sup> Pseudônimo de Walter Batista Moreno, advogado e fotógrafo, abandonou o jornalismo para seguir a carreira jurídica. "Naquele princípio de 55 eu, que me dedicava mais especificamente ao gênero da reportagem, "descobri", lendo "O Globo" e "Diário Carioca", do Rio, algo diferente, denominado de colunismo social, através, respectivamente, de Ibrahim Sued e Jacinto de Thormes." Id. Ibidem, p. 66. Durante o período em que Valter Batista Moreno viajou para os EUA, cobrindo o concurso Miss Universo de 1955, Eutímio Moreira assumiu a coluna, com o pseudônimo de Heródoto.

<sup>65</sup> 'Em 1957, Eutímio realizou o primeiro desfile de maiô de duas peças no Ceará e foi chamado às falas por D. Anita Gentil Barbosa, mãe de Ignez Fiúza, que o acusou de 'promover a degradação dos costumes da sociedade'. LOPES, Marciano. "Os pioneiros do deslumbramento." *Diário do Nordeste*. Fortaleza: 15 de junho de 2002. (Suplementos). Eutímio Moreira reivindica para si o pioneirismo do colunismo social em Fortaleza porque, antes de maio de 1955, já escrevia a coluna *Mundanismo (desde 1954)* no jornal *O Povo*. Sua coluna, todavia não era descritiva, nem centrada em personagens locais, tendo foco informativo genérico.

<sup>66</sup> Pseudônimo de Geraldo Silveira, rapaz da alta sociedade, que escrevia a coluna por *hobby* e logo abandonou para cuidar da mãe, no Rio de Janeiro, onde morou até poucos anos. Destaca-se o fato de junto com Lúcio Brasileiro ter divulgado a 1ª lista das *dez mulheres mais elegantes* da cidade. Logo que saiu, foi substituído em breve período de tempo por Carlos Estanislau.

<sup>67</sup> Pseudônimo de José Calazans Pires.

<sup>68</sup> Pseudônimo de Edilmar Norões .

Lúcio Brasileiro, Nilton Cavalcante foi o responsável pelo noticiário social da *Gazeta de Notícias*, com a coluna *High Society*.



*Exemplos de algumas colunas sociais dos jornais de Fortaleza.*

A maior parte do material noticiado provinha das festas de aniversário, casamento, bodas, e noivados dos membros da elite local, assim como de reuniões e eventos comemorativos, nos clubes elegantes da cidade<sup>69</sup>, Clubes só freqüentados pelos distintos sócios e convidados. As festas das agremiações diversionais/desportivas eram noticiadas incessantemente, dias antes, incitando expectativa nos que podiam participar e curiosidade nos que não tinham possibilidade de fazê-lo pessoalmente. O noticiário do lazer privado das elites era uma forma de aproximar o público comum do reduzido grupo de colunáveis, sem que o distanciamento entre os membros de camadas sociais diferentes fosse afetado.<sup>70</sup>

Tivemos um fim de semana não de todo quaresmal, pois houve dança, as praias e piscinas ficaram repletas, e os clubes, na sua totalidade, funcionaram a contento, com muitas pessoas nos seus restaurantes e desportistas aproveitando o sol de domingo. O Embaixador Assis Chateaubriand definiu bem a nossa vida social dizendo, num discurso entremeado de chalaças, muito ao seu gosto, que o cearense gosta de clubar. Explicou que em inglês há o

<sup>69</sup> "O fenômeno dos clubes não aconteceu só na capital cearense. Como outras práticas e modismos que aqui chegam de forma tardia e às vezes mimetizada, tendo como principal matriz inspiradora o Rio de Janeiro ou outros centros urbanos (...). Os bailes e eventos que aí se realizavam eram acontecimentos cercados de pompa e luxo, amplamente festejados pela imprensa, aos quais se referiam de forma enaltecadora, posto que, ainda como hoje, deles se alimentam." PONTES. Albertina Mirtes de Freitas. *A Cidade dos clubes. Modernidade e "Glamour" na Fortaleza de 1950-1970*. Fortaleza: Dissertação de Mestrado. Fortaleza: UFC, 2003, p.101.

<sup>70</sup> Id. *Ibidem.*, p. 153.



verbo 'to club', que cearense não conhece em teoria, mas o conjuga todos os dias, na prática: vai aos clubes. Para o Embaixador Assis Chateaubriand, a febre de construções de belos clubes em nossa cidade, não deve ser interpretada mal. Antes, é ela o produto do Espírito de equipe da gente cearense. Gostaríamos de nos reunir para, congregados, produzirmos algo de bom. (...) Explicou que é nos restaurantes que se conversam transações comerciais. São os clubes o ponto de encontro para os que produzem a grandeza deste grande povo.<sup>71</sup>

O noticiário do colunismo social dá sempre a idéia de que as pessoas de Fortaleza compartilhavam dos hábitos e gosto que certamente se restringiam às elites, mas que os colunistas insistiam em tratar como representantes de toda a sociedade local. Esforço, claro, de legitimar a adoção de um modo de vida burguês não distante do restante do que ocorria no país e no mundo, justificável mesmo em estado de grande desigualdade social, por se tratar de início de um novo tempo de comodidade, felicidade e brilho, mesmo restrito momentaneamente a alguns poucos. Para ressaltar o refinamento e grau de informação da sociedade cearense, os colunistas usavam expressões e adjetivos em inglês como recurso para estilizar os textos, uma vez que os Estados Unidos eram o grande referencial de modernidade do pós-Segunda Guerra. Tinham também o hábito de anunciar a adoção de novos comportamentos e modas<sup>72</sup> ou o enriquecimento e a compra de bens de valor de algum membro da sociedade<sup>73</sup>; de apontar os que se destacavam no meio social<sup>74</sup> e reprovar os considerados deselegantes e indesejáveis (tanto pessoas, como comportamentos); de ensinar algumas noções de etiqueta; cobrar dos colunáveis atividade social, sob pena de a cidade não consolidar a fama de ter um calendário festivo generoso e um *high society* atuante<sup>75</sup>;

<sup>71</sup> GASPAR, Luciano. "O negocio é clubar." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 3 de março de 1959, p. 10. (Clubes da Cidade)

<sup>72</sup> "A senhorita Nazareth Nobre, Miss late clube, desfilou (só agora se soube) no concurso para a escolha de Miss Ceará de coque postiço. (...) A moda do coque vem do Rio, e quem o trouxe foi a senhorita Josefina Pereira que aliás está noiva de um barão da alta nobreza alemã." WALBAMO. "Tertúlia" *O Povo*. Fortaleza: 28 de março de 1955, p.2.

<sup>73</sup> "Adquiriu moderno apartamento no primeiro edifício na rua Paula Freitas (...) o Dr. Paulo Partes, Fiscal do consumo." BAYARD. "Vida Social". *Correio do Ceara*. Fortaleza; 2 de maio de 1960, p. 11.

<sup>74</sup> O Dr. Fernando, tem além de sua cultura, a simpatia, já comprovada da família. É um gentleman perfeito." SANGERIE, Robert de. "Garden Party". *Correio do Ceara*. Fortaleza; 2 de agosto de 1955, p. 7.

<sup>75</sup> "Apesar do progresso acentuado, nossa sociedade ainda não se acentuou com um grande movimento de reuniões particulares. Essas acontecem, mas ou reúnem grupos

sobretudo trazer, a público, elementos da intimidade dos colunáveis, mesmo, alguns fatos mais sórdidos, sem, contudo, citar o nome, ainda com alguns indícios de quem se tratava.<sup>76</sup>

As festas, *pic-nics*, *garden partys*, *tertúlias* e outros eventos freqüentados preferencialmente por jovens, se tornaram linha de notícia do colunismo social, principalmente na segunda metade da década de 50. Lúcio Brasileiro, o colunista mais lido da época, e outros, em especial, Nilton Cavalcante<sup>77</sup>, dedicavam-se especialmente a essa categoria, que ficou conhecida como *Nova Geração* ou *New Face* da alta sociedade cearense. O noticiário dos encontros e rompimentos amorosos, casamentos, noivados realizados ou desfeitos<sup>78</sup>, a divulgação dos *bons partidos*<sup>79</sup> do momento, ou do novo broto<sup>80</sup> que



*Cobertura dos eventos sociais com texto e fotos  
Flagrantes Sociais de Eutímio Moreira  
no Jornal O Povo.*

---

reduzidíssimos ou se realizam de tempos em tempos (...)." BRASILEIRO, Lúcio. "Lúcio Brasileiro Informa" *O Jornal*. Fortaleza: 26 de julho de 1959, p.5.

<sup>76</sup> "A outra noite, comentava-se, com este colunista, o não muito bom gosto de vestir-se de determinada garota do jovem society. É uma pena, sua mãe traja-se tão bem." CAVALCANTE, Nilton. "High Society." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 9 de outubro de 59, p.4.

<sup>77</sup> Nilton assinou na *Gazeta de Notícias* duas colunas exclusivamente dedicadas aos jovens. A primeira se chamava *High Society*: "É com imensa satisfação que lançamos hoje a nova coluna social deste jornal, com o nome de 'High Society'. Nela procuramos dirigir uma atenção especial à nova geração da nossa sociedade." CAVALCANTE, Nilton. "High Society" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 3 de julho de 1958, p.4. E *Teen Ager's* que era parte integrante da página *Gazeta Feminina*. "É com imenso prazer e satisfação que apresento hoje a nova coluna deste matutino, a qual ficará saindo todos os domingos, nesta mesma página. Aqui focalizarei nomes e acontecimentos da nova geração da alta sociedade cearense (...)." CAVALCANTE, Nilton. "Teen Ager's" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 de dezembro de 1959, p.5.

<sup>78</sup> Notas de relacionamentos: "A jovem Srta. Eneide Mercílio esteve circulando com um conhecido jovem do nosso 'society', numa das 'parties' oferecidas ultimamente à nova geração." Depois eu conto. CAVALCANTE, Nilton. "High Society" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 4 de julho de 1958, p.4; "Pensativamente o 'love' mais comentado dos últimos tempos foi o da Srta. Lourdinha Pontes e o Sr. Paulo O'Grady. Houve até apostas, mas o 'love' teve um final feliz com o noivado e a marcação do casamento para dezembro (...)." BRASILEIRO, Lúcio. "Pela Sociedade" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 1 de julho de 1956, p.2.

abalava os corações dos rapazes da cidade, tinham sempre um tom de discreta confiança ao leitor. Destaca-se, ainda, coluna publicada pelo jornal *O Povo* regularmente, a partir de fevereiro de 1959 às quintas-feiras substituindo *Flagrantes Sociais* de Eutímio Moreira, que já aparecia muito eventualmente, desde 1957 (com noticiário de Manaus), chamada *A Coluna da Thais Informa*, que também se centrava nas notícias sobre *A Nova Geração* cearense, com o diferencial de carregar mais no tom das críticas e na criação de boatos, criticando até outros colunistas da cidade (não noticiariam os fatos como eram, o que ocorria de desagradável na vida de alguns colunáveis), dizendo se tratar apenas de meros bajuladores.<sup>81</sup> Como não tinha sua identidade revelada, Thais fazia alguns comentários mais maliciosos sobre a vida amorosa de alguns, os hábitos sociais de outros, enfatizando, em seu noticiário, principalmente, a vida íntima dos colunáveis.

As festas, o esbanjamento de dinheiro e a ostentação do *society* não eram exatamente bem vistos por todos os que faziam jornalismo no Ceará. A crítica não vinha apenas de *O Nordeste*, que não possuía uma coluna social, (apenas noticiário social chamado *Sociais*, fato que também se pode observar no jornal comunista *O Democrata*), mas de articulistas e jornalistas de outros jornais. Caso de Eduardo Campos<sup>82</sup>, um dos jornalistas mais atuantes no *Correio do Ceará*, que logo chegou a assumir sua editoria:

Aquelas qualidades cristãs que escamavam a vida das donas de casa, de senhoras respeitáveis, estão sendo substituídas pela disputa dos títulos 'da mais bonita', 'da mais elegante', 'da mais

<sup>79</sup> "Senhor Tácito Pimentel circulando com *Chevrolet 59*, em volta se desfez de sua lancha a motor e mais quinhentos mil cruzeiros. Trata-se de um dos melhores partidos da cidade." CAVALCANTE, Nilton. "High Society" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 21 de abril de 1959, p.2.

<sup>80</sup> "Aquela MORENA, a que é alta, elegante e de corpo tipo «violão», foi a nota de destaque. A rapaziada está constantemente fazendo cerco ao broto." MARCEL. "Ronda nos Clubes" *O Jornal*. Fortaleza: 20 de abril de 1959, última página.

<sup>81</sup> "FALARAM-ME que determinadas senhoritas, numa roda em palestra, andaram me censurando porque "eu era violenta demais (sic) nas minhas notas. Acostumadas a somente receber endeusamentos da maioria dos colunistas sociais daqui, certas pessoas têm estranhado bastante minhas notas." THAIS. "A Coluna da Thais informa" *O Povo*. Fortaleza: 19 de fevereiro de 1959, p.8.

<sup>82</sup> "Depois de conquistar o prêmio de reportagem, promovido pelo "Correio do Ceará", em 1944, Eduardo Campos passou a assinar uma série de cem reportagens para o tradicional vespertino, órgão que alguns anos diante, em 1960, foi dirigido por vinte anos. Em verdade Eduardo Campos, a partir do advento da TV Ceará, tomou-se diretor não apenas dessa emissora, mas da Ceará Rádio Clube, assim como do já mencionado "Correio do Ceará" e "Unitário", outro jornal do grupo "Associado." Ambos circulavam na capital cearense, sob a bandeira "Associada", assim como outra emissora, a Rádio Araripe do Crato." Texto retirado do site <http://www.eduardocampos.jor.br> (acessado em 6 de julho de 2005)

social' (...) O lar já não é lembrado para as reuniões familiares. Perdeu aquele encanto doméstico que significava a família reunida trocando idéias e comentando o noticiário dos jornais, as informações familiares. O clube, neste último decênio, substituiu o "living", de quase todos os lares. É para lá que vão os maridos, esposas e filhos, após o jantar, não por falta do que fazer, mas porque precisam "parecer", bebericar ou jogar, nesta disputa de classificação social que alcança a glória fácil de quatro ou cinco cronistas que arrolam para os jornais os seus nomes com os elogios (...).<sup>83</sup>

Eduardo Campos, entretanto, não era a única voz a se levantar contra a vida de aparências e frivolidades de membros do *society* cearense. A jornalista Adísia Sá ironizou o fato de alguns membros da *Nova Geração*, que freqüentavam cursos superiores na recém-criada Universidade Federal do Ceará. O reitor teria de construir passarelas pelas corredores para que as garotas desfilassem com caros vestidos, enquanto os rapazes trajados a *Dean* e *Brando* chegam de lambretas para as festas do campus, ao invés de assistir às aulas. A aversão ao colunismo social e ao *high society* surge interligada à onda de denúncias de que parte das fortunas do estado vinham do contrabando e da sonegação de impostos, com o conluio de muitos colunistas, elogiando os ricos, sem apontar a procedência do dinheiro.<sup>84</sup>

Outro grande diferencial do colunismo social da época, em relação às colunas sociais anteriores, advinha dos textos de caráter mais educativo, difundindo comportamentos e noções de bom convívio e civilidade. Os cronistas sociais tinham não só a função de atrair leitores, sobretudo, leitoras da elite, para as páginas do jornal, como a de legitimar a ascensão social dos novos ricos, a fechado grupo de *societys*, ainda que, por vezes, acusados de pouco critério ao fazê-lo.<sup>85</sup> Em entrevista recente, o único remanescente dos colunistas da época, Lúcio Brasileiro, fala sobre a importância dos colunistas da época:

<sup>83</sup> CAMPOS, Eduardo. "Café Society e enriquecimento fácil." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 10 de janeiro de 1959, p.2.

<sup>84</sup> SÁ, Adísia. "Society Assalta." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 20 de fevereiro de 1959, p.3. "Inquérito sobre o contrabando." *O Jornal*. Fortaleza: 2 e 3 de maio de 1959, p.3.

<sup>85</sup> "SRA. EVA COSSU chama de 'manequim sem vida' determinados colunista que acham todo mundo que circula nos clubes de 'figuras da nossa sociedade'. BRASILEIRO, Lúcio. "Pela Sociedade" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 20 de setembro de 1956, p.6.

Olhe, a coluna social prestou um favor tremendo ao jornal. As mulheres não liam o jornal. As mulheres começaram a ler o jornal por causa da coluna social. Era muito diferente de hoje, de modo que a importância da coluna social é enorme. Já foi mais. Naquela época, o jornal ficava no escritório, não ia pra casa porque a mulher não pedia. Então isso é uma coisa que os jornais nunca nos pagarão.<sup>86</sup>

Relativize-se a declaração de Lúcio Brasileiro, uma vez que as mulheres, sobretudo de elite, há décadas, já formavam um grupo de leitoras de livros, revistas e jornais, inclusive transpondo o lugar de leitoras e assumindo o de escritoras. Há que se considerar que o colunismo social tinha nas mulheres o alvo preferido, uma vez que eram as *damas do society* principal fonte de inspiração e informação. Ainda de apoio, ou mesmo, de organização de eventos sociais de benemerência e entretenimento, atividades de moda, os concursos de *miss* e outras eleições de beleza feminina na época<sup>87</sup>, sendo que muitos colunistas se imbuíam da tarefa de encontrar, entre as distintas moças da sociedade, a mais adequada para disputar um título de *miss*, ou indicar as senhoras e senhores mais elegantes do ano.<sup>88</sup> Assunto tratado separadamente no tópico seguinte como forma de dimensionar melhor a importância desses eventos para a proliferação e continuidade do segmento de imprensa especializado em mulheres e no noticiário social

Observe-se, ainda, que as colunas sociais vinham sempre juntas às páginas femininas. Em ligação que ultrapassava a questão espacial, fundiam-se os dois discursos. O vestido apresentado, na coluna de moda da página feminina, podia estar sendo descrito como a grande sensação que uma dama ou jovem senhorita usou no baile da noite anterior, podendo ser vislumbrado nas fotos do evento. O mesmo ocorria com os penteados, as tonalidades de cabelos, tipos de sapato, modelos de maquiagem. Pela possibilidade de

---

<sup>86</sup> "Lúcio Brasileiro, um personagem" *O Povo*. Fortaleza: 29 de novembro de 2004. (Caderno Vida e Arte)

<sup>87</sup> "Será promovido pela 'cronista associada' Judith Sendy, no 'San Pedro Roff', amanhã à tarde, um desfile de penteados da moda, em colaboração com um grupo de senhoritas da sociedade fortalezense. (...)" BAYARD. "Vida Social" *Correio do Ceará*. Fortaleza: 21 de setembro de 1960. p.15; "Flagrantes Sociais", a coluna que está sempre apoiando as festas para fins caritativos, colocar-se-á mais uma vez à disposição dos promotores do bingo do dia 20 (...)" MOREIRA, Eutímio. "Flagrantes Sociais" *O Povo*. Fortaleza: 16 de outubro de 1957, p.5.

<sup>88</sup> Anualmente, colunistas da cidade como, Robert Sangery, Eutímio Moreira, Lúcio Brasileiro, divulgavam listas com o nome de pessoas que consideravam mais elegantes ou alguma outra qualidade em particular como simpática, empreendedor (no caso de homens), etc.

complementaridade dos dois discursos, o confronto serve como meio de aproximação da realidade social, ainda que não minimizemos a importância das páginas femininas como meio de compreender costumes, sentimentos e relações das mulheres, sobretudo solteiras, em Fortaleza nos anos 50.

Além do colonismo, outros fatores justificam a intensificação da presença de colunas femininas nos jornais locais: o crescimento da indústria nacional e estrangeira e a conseqüente inserção, no cotidiano, de produtos ligados à casa, beleza e ao lazer.

*O Povo Feminino*, na pequena coluna *ABC Doméstico*, de conselhos para melhor aproveitamento do tempo das tarefas domésticas e instruções de uso de alguns componentes da culinária, tinha o patrocínio da distribuidora dos botijões da *Ceará Gás Butano*. Lembremos, ainda, o *Casal Silva*, personagens de coluna do mesmo jornal, que faziam roteiros pelos pontos comerciais da cidade, citando o nome de cada um e o que havia de novo em seu estoque<sup>89</sup>. A *Gazeta Feminina* também possuía patrocinador local constante: os cursos de aperfeiçoamento de etiqueta *Lar e Sociedade*, oferecidos por professoras retornadas ou vindas do Rio de Janeiro, que ensinavam por meio de métodos práticos e rápidos, *mas eficientes*, às moças e senhoras fortalezenses, a costurar e usar vestidos de alta costura, maquiarse, porta-se em eventos sociais, entre outros<sup>90</sup>. Em *Vida Feminina*, do *Correio do Ceará* até 1957, anúncios publicitários na própria página feminina não são verificados, no entanto, a coluna *No Reino da Mulher*, que a substituiu, tinha o patrocínio dos *indispensáveis vestidinhos Barbarra Bells*. O *Jornal Feminino*, apesar de ter a página feminina com maior volume de artigos também não possuía anunciantes na mesma, ainda que se apresentassem no restante de seu conteúdo.

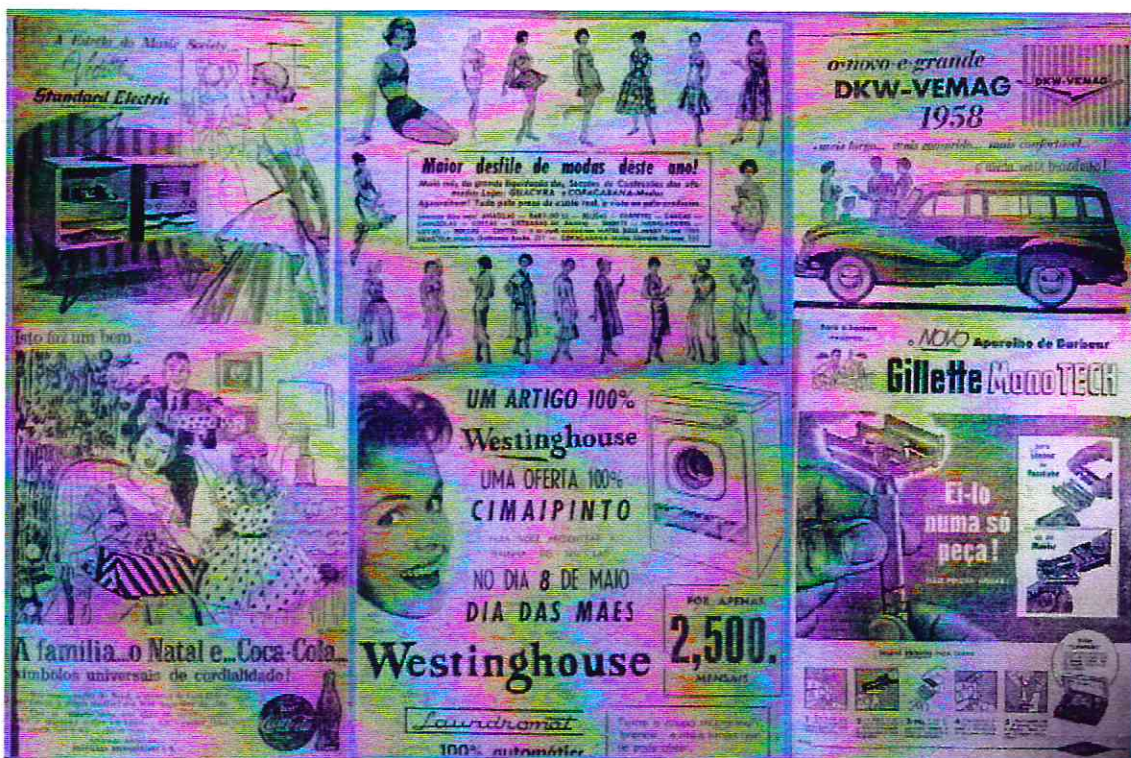
O anúncio de produtos de consumo feminino, fora das páginas femininas, não era característica apenas de *O Jornal*. *O Povo*, o *Correio do Ceará* e a *Gazeta de Notícias* também mantinham propagandas de cosméticos, roupa, eletrodomésticos, em variados locais e espaços. Entre os anunciantes

<sup>89</sup> "Madame Silva sabe que as vitrines da Flama sempre são atraentes e originais (...) Popeline estampada que a 'Copacabana' está lançando desde o dia 3! A casa que lança em Fortaleza a moda mais granfina do Rio de Janeiro." "O casal Silva vai as compras." *O Povo*. 06 de janeiro de 1955, p. 02 e 05. (*O Povo Feminino*)

<sup>90</sup> "Cursos Lar e Sociedade" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 de dezembro de 1958, p. 5.

locais se destacam lojas e magazines especializados na venda de roupas, sapatos, produtos de beleza e jóias, enquanto as empresas de fora do Estado se especializavam em alimentos enlatados, cosméticos e eletrodomésticos. De um modo geral, os anunciantes locais eram as grandes casas de comércio da cidade: e os de fora, as indústrias.

Afora a propaganda mais voltada ao público feminino, encontramos anúncios de profissionais liberais, empresas de construção e aviação, remédios, bebidas e refrigerantes, cigarros, carros e outros tipos de produtos não ligados diretamente ao gênero feminino. Neles, as imagens femininas abrilhantavam os artigos postos à venda, através de ilustrações de bonitas moças ora sonhando, ora consumindo os produtos anunciados. Mostravam também mulheres em situações familiares, com o marido e os filhos em volta.



*Anúncios Publicitários retirados dos jornais de Fortaleza nos anos 50.*

Para a pesquisadora Ana Cristina Camargo Moraes Figueiredo, o aumento significativo de peças publicitárias, nos órgãos de imprensa brasileiros, na década de 50, se explica pela expansão da classe média, no período, formada por profissionais liberais, funcionários públicos, empresários

e comerciantes ávidos por conforto, praticidade. A nova classe média detinha o meio primordial para conquista: dinheiro.<sup>91</sup>

As imagens femininas, em grande parte dos anúncios (mesmo nos em que o produto não fosse destinado especialmente para as mulheres) estão associadas, segundo a autora, à estratégia da publicidade de atrair os consumidores através da relação sentimental, íntima e afetiva com o produto anunciado, proporcionando vínculos de empatia e confiança entre o produto e consumidor:

(...) o público-alvo da grande maioria das campanhas era constituído, no Brasil, por elementos provenientes sobretudo das camadas médias urbanas, havia muito que os idéias da harmonia doméstica, do amor romântico e da ascensão social, representados pela imagens da "família feliz", da 'infância promissora', dos 'casais enamorados' ou dos 'campeões' (só para citar alguns exemplos mais comuns que remetiam à esfera da vida privada).<sup>92</sup>

Nessas imagens deparam-se sempre pessoas sorridentes, jovens e bonitas, encenando para o grande público os benefícios dos novos produtos. A mulher, além de demonstradora, dentro dessa lógica publicitária, era a responsável pela ordem da casa, saúde, limpeza e bem estar dos filhos, até mesmo do marido, como, por exemplo, ressalta o anúncio da loção para cabelos *Tricomicina*, ao afirmar que cabia à esposa evitar que o marido ficasse careca.<sup>93</sup> A mulher era o grande vínculo entre o produto e o comprador. No entanto, os desejos mais íntimos da mulher não foram esquecidos pela publicidade dos anos 50. Pelo contrário, eram exacerbados. A mulher não deveria se anular perante as obrigações da casa e da educação dos filhos, mas investir também em si própria, não descuidando da aparência física, da elegância e dos *incômodos* mensais provocados pela vinda da menstruação<sup>94</sup>. Mulheres satisfeitas, alegres, risonhas, livres acenavam para um tempo em que não mais estariam reclusas no espaço doméstico, mas também freqüentariam os salões de beleza, as clínicas de estética, desfiles de moda,

<sup>91</sup> FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. "*Liberdade é uma calça velha azul e desbotada*." publicidade, cultura de consumo e comportamento Político n Brasil (1954-1964). São Paulo: Editora HUCITEC, 1998.

<sup>92</sup> Id. *Ibidem.*, p. 88.

<sup>93</sup> "Loção *Tricomicina*". *Unitário*. Fortaleza: 26 de maio de 1958. p.5

<sup>94</sup> "Regulador Fluxo-Sedatina". *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 19 de julho de 1958, p.7.



etc. Além de presentes na publicidade, mulheres bem produzidas e bonitas podiam ser vistas nas capas dos jornais (com exceção dos católicos e comunistas que raramente reproduziam fotos), nas colunas sociais e de arte (principalmente cinema, rádio e teatro). Eram, na maioria, atrizes, *misses*, moças da sociedade, fotografadas em trajes provocantes, vestidos ousados ou closes sensuais.

Gilles Lipovetsky explica que as imagens serviam à lógica de produção-consumo-comunicação, característica da imprensa feminina no século XX. Para o autor, a imprensa feminina moderna fora essencial na difusão de discursos, produtos e normas estéticas para o maior número de mulheres possível, um meio de democratizar o acesso a informações que, antes, eram tratadas como *segredos*. Ainda que acusada de servir a uma lógica mercadológica, de incitação ao consumo, de rigidez dos padrões estéticos (contribuindo para o complexo de muitas mulheres que não se enquadram no modelo estabelecido), essa imprensa também teria contribuído para a valorização da individualidade e da personalidade feminina.

Evitemos diabolizar a mídia feminina: é preciso interpretar sua ação ao mesmo tempo como um meio de direção coletiva dos gostos e como um vetor de personalização e de apropriação estética de si.<sup>95</sup>

Dirigida especificamente às mulheres, a imprensa feminina exercia, entre outras funções (estabelecer padrões estéticos e induzir à aquisição de produtos que facilitassem esses padrões), a de naturalizar e manter a desigualdade das relações de gênero, ao recriá-las, dentro de valores tradicionais, que delimitam o lugar e os papéis sociais a serem desempenhados por mulheres e homens. Entretanto, não é estudada apenas na lógica conformista, mas se procura realçar aspectos positivos do seu discurso, como a popularização da educação sentimental e a democratização de saberes médicos, psicológicos e estéticos.

As jovens encontraram, além das conversas obscuras das mães e tias, um veículo de orientação e informação atraente, de fácil leitura e vasto. Esforça-se por entender com o eram pensadas as relações de gêneros na

---

<sup>95</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher*. Permanência e Revolução do feminino. trad: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 168.

época, evitando condenações, adjetivações e conclusões sobre seu conteúdo reducionista e diabólico, trabalho inclusive já realizado.<sup>96</sup>

#### 1.4) *Efeito Emília: surpresa, expectativa e sonho.*

*"Por duas polegadas a mais,  
passaram a baiana pra trás.  
Por duas polegadas,  
E logo nos quadris.  
Tem dó, tem dó, seu juiz."<sup>97</sup>*

Em 28 de julho de 1954, os fortalezenses tomam conhecimento, por meio de reportagem de capa do jornal *Correio do Ceará*, que a então *Miss Brasil*, a baiana Martha Rocha, não conquistara o certame mundial de beleza feminina, em *Long Beach*, nos Estados Unidos, por “uma questão de simples tecnicismo”, conhecido coma as míseras *duas polegadas a mais*. Segundo a informação, supostamente vazada nos bastidores do concurso, noticiada pelo jornalista João Martins, nas páginas de *O Cruzeiro*, a pequena assimetria das medidas de Martha Rocha, 36 (busto), 23 (cintura) e 38 (*cadeiras*), em comparação às medidas “perfeitas” da *Miss Norte-Americana* Miriam Stevensor, 36 (busto), 24 (cintura) e 36



*Martha Rocha e Miriam Stevensor,  
em Long Beach.*

<sup>96</sup> Cristina Meneguello, ao analisar como a imprensa feminina foi trabalhada enquanto objeto por outras pesquisadoras, afirma que o fato dessas publicações se remeterem exclusivamente ao público feminino, o seu objetivo é tido como conformador. “Assim a preocupação é entender como se dá a produção – no sentido da tipificação – de uma mulher padrão, já que no limite ela é entendida como resultado final do maquiavelismo próprio dos meios de comunicação de massa. Dessa forma, a imprensa feminina é considerada mais ideologizada que a masculina, sendo uma das armas dessas idealizações o seu tom fútil que aliena as mulheres do mundo real.” MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas*. op. cit., pp. 148-149.

<sup>97</sup> Marcha Carnavalesca de autoria de Alcir e Pedro Caetano, gravada por Martha Rocha em 1955.

(cadeiras), definiram a derrota da baiana, deixando um gosto amargo de injustiça no público brasileiro.

E porque Martha Rocha, a loura baianinha, não ganhou o título de Miss Universo? Dizem que foi porque não quis submeter-se a um regime alimentício que lhe faria derreter um pouco as banhas e tornar o corpo mais esbelto.<sup>98</sup>

Martha Rocha nunca fora unanimidade. Logo depois da eleição ao posto de *Miss Brasil*, nas passarelas do Hotel Quitandinha, em Petrópolis, por um júri de personalidades de destaque, como os escritores Manuel Bandeira e Fernando Sabino, a crítica já apontava que possuía “muito ventre, pernas finas e tortas” e, um pouco de deselegância, ainda que o rosto fosse esplendoroso.<sup>99</sup> Apesar disso, ainda hoje a derrota de Marta Rocha é lembrança viva na memória de muitos contemporâneos do evento, talvez comparável ao trágico vice-campeonato da Seleção Brasileira de Futebol no Maracanã, quatro anos antes.<sup>100</sup> As repercussões do resultado do concurso transformaram o fato num marco dos anos 50, no Brasil.

Surgidos na Europa, no final do século XIX, os concursos de beleza feminina se tornam populares apenas na segunda metade do século seguinte. Depois de suspensos, em função das crises políticas e da Segunda Grande Guerra, em quase todos os países, voltam com toda a intensidade nos anos 50, chegando ao ápice do magnetismo e amplitude. Os Estados Unidos, segundo Geraldo Nobre, havia sido o único país a manter regularmente os concursos, como meio de atenuar a gravidade da conjuntura política mundial e não desestimular o consumo.<sup>101</sup> O concurso de *Miss Universo*, em Long Beach, a partir de 1952 (O Brasil só viria a participar em 1954, com a própria Martha Rocha), retomava a prática dos certames internacionais de beleza que se mantêm até hoje.

<sup>98</sup> FIRMEZA, M. “Miss da Boa Terra.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 26 de agosto de 1954. p.5

<sup>99</sup> A de se ressaltar que a derrotada Patricia Lacerda, Miss Distrito Federal, é quem chamava a atenção dos críticos para as pernas tortas de Martha rocha. “Opiniões sobre a miss Brasil”. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 30 de junho de 1954.

<sup>100</sup> “Bonita de qualquer maneira.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 28 de julho de 1954. (capa); “Duas polegadas nos quadris de Miss Brasil.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 28 de julho de 1954, última página.

<sup>101</sup> AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos Inesquecíveis*. Os concursos Miss Ceará 1955-1980 dos Diários Associados. Fortaleza: Editora ABC Fortaleza, 1999. p. 99.

No Brasil, as primeiras competições iniciam com a realização da eleição da *Mais bela mulher do Brasil*, em sintonia com as comemorações do Centenário da Independência (1922), sob influência do sucesso, no ano anterior do concurso *Miss América*, para eleger a moça mais bonita de todos os estados americanos. Sob orientação de Irineu Marinho, o concurso da *Mais bela mulher do Brasil* foi divulgado pelo jornal carioca *A Noite*, contando com a participação de mais de 400 jovens, escolhida a paulista Zezé Leone. A partir de então, outros concursos sucederam e, em 1930, o Rio de Janeiro sedia o primeiro concurso de dimensões mundiais, o *Miss Universo* (único realizado fora do EUA, ganho pela gaúcha Iolanda Perreira).<sup>102</sup>



*Propaganda do Concurso Miss Brasil.  
Patrocinador: Leite de Rosas.*

O desejo de repetir o feito e a decepção com a perda do título de Marta Rocha, supostamente surrupiado pela severidade dos juizes, apenas aguçaram o desejo da mídia brasileira de novamente conquistá-lo. Em 1955, a maior cadeia de imprensa escrita e radiofônica do país assumiu o compromisso de encontrar a nova brasileira para ganhar o título de *Miss Universo* e passou a organizar o concurso em todo território nacional. O poderio dos *Diários Associados*, com o patrocínio de grandes

<sup>102</sup> Id. *Ibidem.*, pp. 58-73

anunciantes como o *Leite de Rosas*, *Guaraná Antártica* e *Maiôs Catalina*, transformou a disputa de 1955<sup>103</sup>, como as posteriores, em evento grandioso. As várias etapas locais, estaduais, até o desfile nacional, eram cobertas pela cadeia associada em detalhes, além de repercutirem em órgãos concorrentes.<sup>104</sup> Os concursos de miss, sob a organização dos *Diários Associados*, perduraram até a decadência do grupo que, de certa forma, culminou com a decadência do concurso nos anos 70.

Além do *Miss Brasil*, outro concurso de grande destaque, no cenário nacional, nos anos 50, eram as eleições anuais da *Rainha do Rádio* (a primeira realizada em 1949), por meio da compra de revistas dos partidários de cada cantora e o envio dos boletos com o voto para a direção do concurso. A escolha da *Rainha do Rádio* causava polêmica e muita rivalidade entre as concorrentes. Destaca-se a acirrada disputa dos fãs de Emilinha Borba com os da Marlene.<sup>105</sup> Marta Avancini considera que as publicações especializadas em radiofonia foram essenciais para o sentimento de idolatria que muitos brasileiros passaram a ter pelos cantores de rádio nos anos 50. A possibilidade de reconhecer o artista pela fisionomia e não apenas pela voz e se inteirar de sua vida íntima muda as relações do ouvinte com o Rádio. O investimento da mídia especializada, na composição do perfil artístico e psicológico para cada “estrela”, abria a possibilidade de identificação do ouvinte com o artista, em especial, as cantoras, com o que mais se aproximava do seu desejo/gosto próprio. A rivalidade Marlene-Emilinha era uma competição mantida pela favorável rivalidade de perfis. Marlene (“moderna e exótica”) diferente de Emilinha (“simples e apegada aos verdadeiros valores”).<sup>106</sup>

O artista estimula, alimenta os desejos de seu público, até mesmo materializa parcialmente a realização de suas necessidades psicológicas, mas a recepção da mensagem não é unívoca, nem o vínculo entre ambos é estável e definitivo. Se a empatia não se

<sup>103</sup> “Grande festa: Várias candidatas irão disputar o honroso título. Quem vencerá?” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 18 abril de 1955, última página.

<sup>104</sup> No caso de Fortaleza, os jornais *O Povo*, *Gazeta de Notícias* e *O Jornal* cobriram as eleições de *Miss Ceará*, *Miss Brasil* e *Miss Universo* assim como os associados *Correio do Ceará* e *Unitário*, ainda que com menor intensidade.

<sup>105</sup> NAPOLITANO, Marcos. *Cultura Brasileira: utopia e Massificação* (1950-1980). São Paulo: Contexto, 200, pp. 12-13.

<sup>106</sup> AVANCINI, Marta. Na era de ouro das cantoras do Rádio. In: *Luso-Brazilian Review XXX*, vol. 3. 1993, pp. 85-93.

confirma, o ídolo será destronado para dar vez a nova trama de identificação/projeção.<sup>107</sup>

Tão logo, a escolha da *Rainha do Rádio* estava associada, para o eleitor, mais aos sentimentos de aproximação, completude dos perfis de artista, do que propriamente por critérios de qualidade vocal, por exemplo. Ou seja, elegia-se a cantora mais idolatrada, de maior projeção no ano, e não a que tivesse realizado o melhor trabalho musical.

A eleição da *Miss Brasil* do ano não estava associada diretamente à opinião popular, como a das *Rainhas do Rádio*, mais uma série de etapas com várias eliminatórias locais, estaduais, depois, a grande decisão com as representantes de cada unidade federativa. A formação do júri de notáveis, considerados competentes para a função, em tese, dá ao concurso, aspecto mais técnico e restrito. A *miss* se tornada ídolo, só acontecia após a realização e a divulgação do resultado do concurso. No entanto, tais peculiaridades não eliminavam, das eleições de *Miss Brasil*, alguns aspectos advindos de influências da conjuntura sociocultural e, mesmo, política do momento. Concurso de dimensões nacionais, a que, cada localidade tinha a possibilidade de “ofertar” candidata que representava a identidade de cada estado (a partir de 1959, um dos desfiles, além do de roupa de gala e *maillot*, o de roupas típicas da região), enquadrava-se muito bem na idéia de construção de nação sob o regime federalista. Talvez por isso as *misses* podiam ser vistas junto a personalidades políticas, tendo a abertura de tratar, com essas personalidades, assuntos de interesse público, ainda que dentro de um tom de cordialidade e discrição, num contexto um tanto teatral, de forte valor simbólico, perfeitamente ajustado à figura que a *miss* representava. Relato do encontro da *Miss Brasil* (1959), Vera Regina Ribeiro, com o presidente da república Juscelino Kubitschek:

A conversa durou dez minutos, tempo bastante para que o presidente Juscelino e Verinha conversassem sobre a atuação de JK na questão do Fundo Monetário Internacional, assunto pelo qual se mostrou bem informada. (...) Vera (...) ficou impressionada com a elegância e a educação de Juscelino. Quando falaram sobre a

<sup>107</sup> LENHARO, Alcir. Fascínio e Solidão: As cantoras do Rádio nas ondas sonoras do seu tempo. In: *Luso-Brazilian Review* XXX. vol. 3. 1993, p. 76

futura capital, Verinha revelou ao presidente que achava a construção da cidade do planalto uma das grandes obras jamais realizadas no Brasil (...) Juscelino agradecia e convidava a mais bela brasileira para conhecer as obras de Brasília.<sup>108</sup>

O próprio ato de coroação da escolhida se remete à formação dos estados-nacionais modernos, centrados na figura do rei. Ainda que os reis da modernidade não sejam mais advindos do poder divino e político, os títulos de *Rainha* e *Rei* remetem à necessidade de os estados e mesmo dos indivíduos reconhecerem, entre pares, os que se diferenciam, que detêm, sob guarda, talentos, atributos, habilidades, dons especiais que os transformam em referenciais locais, nacionais ou mundiais. O pronome *Miss*, que talvez se explique pela rejeição dos americanos à nobreza real inglesa, em detrimento da democracia participativa, foi aos poucos incorporado nos concursos de beleza, fora das Américas, em detrimento do título de *rainha* e *princesa*, sem, no entanto, negar a intenção simbólica da realeza, já que o ápice do concurso está exatamente na coroação da eleita, em ritual próximo à coroação dos reis europeus, com a coroa cravejada de pedras preciosas, cetro, manto e o trono.

*Miss* em inglês é o pronome a ser usado pelas jovens mulheres, solteiras, senhorita, em português. Portanto, no concurso, apenas moças entre 18 e 28 podiam participar, desde que comprovadamente brasileiras natas (no caso do concurso no Brasil), solteiras, com a autorização dos pais, se menores de 21 anos, além de “boa reputação moral”.<sup>109</sup> Para a época, a *Miss* era representante não só da beleza, mas da sobriedade, da elegância, e da pureza. Dela se esperava o refinamento dos gestos, da fala, a doçura do olhar e do sorriso, assim como a brandura e a espiritualidade. A sofisticação sem afetação, o espírito solidário sem ufanismo ou partidarismo e a elegância na simplicidade faziam-na uma mulher de comportamento moral apurado. Como a *Miss* não era exatamente uma modelo ou manequim, uma vez que título não lhe estabelecia uma profissão, seu papel era de representante do estado ou país, em período específico. Assim como de chefe de estado ou de emissário político, esperava-se conduta ética irreprochável até o fim do mandato, sob pena inclusive de perda do título, comprovado qualquer deslize.

<sup>108</sup> “FMI assunto de Miss com JK.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 4 de julho de 1959, capa-2.

<sup>109</sup> Id. *Ibidem*.

No Ceará, a eleição de *rainhas* (mesmo de miss) organizados por instituições, sindicatos, jornais eram bastante freqüentes muito antes da realização do primeiro concurso *Miss Ceará*.<sup>110</sup> A escolha da *Rainha dos Estudantes*, da *Rainha dos Comerciantes*, da *Rainha da Primavera*, entre tantas outras, movimentavam a cidade<sup>111</sup> e, ao que tudo indica, esses certames se aproximavam mais de um modelo de gincana em que a vencedora era a que arrecadasse mais fundos a uma causa maior (arrecadação de fundos em benefício da categoria que a *rainha* representava ou para ajudar vítimas de alguma mazela social), que propriamente por competição de beleza. O jornal *O Nordeste* denunciava que o concurso, mesmo utilizando-se de desculpas nobres, para se justificarem, na verdade, não passava de meio de organizadores e patrocinadores arrecadarem dinheiro para si, uma vez que essas eleições costumavam mobilizar e sensibilizar as famílias mais endinheiradas e sensibilizadas em fazer de tudo para garantirem, às filhas o título de *rainha*.

Estamos atravessando uma quadra verdadeiramente denominada pelo regalismo balofo em nossos meios juvenis. Para onde nos virmos surgem candidatas a rainha disso e daquilo (...). Trata-se, por certo de um reinado fantasioso em que a posição da coroadada se reduz à de simples figura para um movimento sub-repticiamente financeiro. O que se prende com êsses açodamentos eleitorais, em que predomina rasgadamente o subômo e em que o voto vale apenas o que êle representa em dinheiro, é conseguir recursos financeiros para os patrocinadores das 'eleições'. A coisa é tão rendosa que até os comunistas, que odeiam a Deus e os reis, se lançam na corrida, inventando uma porção de títulos para as suas rainhas de fancaria.<sup>112</sup>

<sup>110</sup> Geraldo Nobre afirma que os concursos de rainha se iniciaram no Ceará na década de 20. AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos Inesquecíveis*. op. cit., pp. 80-81.

<sup>111</sup> "Grande festa, sábado, no Maguari, de recepção á Rainha da Primavera." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 4 de outubro de 1951, p.8.; "Quem será a Rainha dos Estudantes?" *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 de setembro de 1953, última página; "Rosemar, simpática morena de 19 anos, é a Rainha dos Comerciantes." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 21 de outubro de 1953, última página.

<sup>112</sup> Fato do dia: Chuma de Rainhas. *O Nordeste*. Fortaleza: 30 de setembro de 1953, p.3. É interessante porém observar, que segundo Geraldo Nobre, as eleições de rainha se iniciaram nas quermesses promovidas pela Igreja Católica, com a finalidade de angariar fundos para as paróquias. AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos Inesquecíveis*. op. cit., p 79.



Com intuito de arrecadar fundos para a construção da Maternidade Escola de Fortaleza, que viria a se chamar Assis Chateaubriand, tempos depois, o primeiro concurso de *Miss Ceará* ocorreu, em 1955, sob a organização do jornalista associado Stênio Azevedo (conhecido como *Doutor das Misses*), com o apoio e patrocínio dos jornais *Correio do Ceará* e *Unitário*. Em poucos dias após a divulgação da realização dos concursos, já era possível ler os impactos da notícia, no cotidiano da cidade:

Como todo empreendimento patrocinado pelos 'Diário e Rádios Associados', o Concurso para a escolha da "Miss Ceará" vem obtendo verdadeiro sucesso. Por si mesmo o movimento tem todas as probabilidades de vitória não só porque estimula o sentido de competição dos grupos e indivíduos, como especialmente porque é uma iniciativa que agrada cem por cento á alta sociedade, aos freqüentadores de clubes elegantes. Por outro lado não deixa de interessar vivamente ao público em geral, pois afinal de contas, mandar uma representante ao importante certame de eleição de 'Miss Brasil' diz respeito direto aos cearenses, gente acostumada a se destacar no sul do país em competições de várias espécies.<sup>113</sup>

O concurso fora organizado com a ajuda dos presidentes dos clubes elegantes, seguindo as recomendações do regulamento que indicava que as candidatas dos estados podiam ser escolhidas entre as selecionadas por clubes sociais e desportivos, estabelecimento de ensino e associações culturais e artísticas.<sup>114</sup> Durante o mês de abril, nove clubes elegantes da cidade ( Centro Massapeense, Circulo Militar, Comercial, Country Club, Diários, Iate Clube, Ideal Clube, Maguari e Náutico) promoveram desfiles entre as freqüentadoras do clube e posteriormente apresentaram a escolhida ao título de *Miss Ceará*. O interesse das diretorias dos clubes em promover a eleição, provavelmente, se explique por três motivos básicos: primeiro, a repercussão positiva da vitória pela participação de qualquer competição gera do vencedor; segundo, pelo desejo de boa parte das elites locais afirmar o grau de afinidade e semelhança com os centros maiores, especialmente, Rio de Janeiro, adotando, o quanto antes, valores e práticas que eram associados à modernidade; por último, concordando com a análise da arquiteta Mirtes Freitas, do desejo das elites de apresentarem uma representante não

<sup>113</sup> JANDIRA. "Crônica Social: Miss Ceará." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 29 de abril de 55, p. 7.

<sup>114</sup> "Regulamento do concurso para escolher Miss Brasil." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 5 de abril de 1957, p. 7.

associada a tipo físico de cearense (baixo e de “cabeça chata”), e que certamente o rejeitava.<sup>115</sup>

A expectativa de matérias diárias de divulgação de bastidores e resultados das eliminatórias de cada clube, assim como pela presença as fotos das candidatas escolhidas, na vitrine da loja de revelação fotográfica *Aba Film*, bem no centro da cidade, geravam os mais diferentes palpites sobre a campeã. Em noite de pompa, no dia 21 de maio, nos salões alviverdes do Náutico, o suspense foi quebrado com a eleição da *Miss Maguary* Emília Correia Lima.

Nascida em Sobral, filha de médico e dona de casa, professora primária, Emília foi a representante do último clube a ser aceito pela organização do concurso, uma vez que era considerado um clube menos “fechado”, ou seja, menos elitizado que os demais, por ter, entre os freqüentadores, membros da classe média<sup>116</sup>, deixando, com o segundo e terceiro lugares, as duas candidatas dos clubes mais nobres, *Miss Náutico* Maria Augusto (2ª colocada) e *Miss Ideal Clube* Ana Maria Sales (3ª colocada).<sup>117</sup> Depois de eventos sociais em todo o Estado, fazer compras nas lojas mais elegantes da cidade que lhe deram crédito gratuitamente, e se licenciar da escola em que dava aulas, Emília Correia Lima partiu para São Paulo, de avião, com a mãe, no dia 10 de junho, para se juntar às outras misses e participar do desfile, em São Paulo, considerado o *avant premiére* da disputa antes da chegada ao Rio de Janeiro<sup>118</sup>. O que talvez muitos cearenses não esperavam, ainda que com certa desconfiança<sup>119</sup> é que, em disputa com outras 19 concorrentes (no desfile de eleição da Marta Rocha apenas 6

<sup>115</sup> PONTES. Albertina Mirtes de Freitas. *A Cidade dos clubes*. op. cit., pp. 143-145.

<sup>116</sup> Geraldo Nobre afirma que os concursos de rainha se iniciaram no Ceará na década de 20. AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos Inesquecíveis*. op. cit. pp. 101-108.

<sup>117</sup> “Emília Barreto Correia Lima é a Miss Ceará -1955.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 23 de maio de 1955, capa

<sup>118</sup> “Grande expectativa em Sobral pela festa da Miss Ceará, no dia onze.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 2 de junho de 1955, capa; WALBAMO. Tertúlia. *O Povo*. Fortaleza: 21 de maio de 1955, p.2.; “Viajou hoje ‘Miss ceará’, para a disputa do título de Miss Brasil.” WALBAMO. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 2 de junho de 1955, última página.

<sup>119</sup> “De acordo com o cronista social Jacinto de Thormes (a Miss Ceará) é uma das mais fortes candidatas (ao título de Miss Brasil). Os esclarecimentos entre parênteses são meus. “Movimento Social Intensíssimo” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de junho de 1955, última página. A própria Emília Correia Lima me confidenciou em conversa informal, no início de 2003, que já suspeitava que tinha grandes possibilidades de ser a nova Miss Brasil porque sentia um clima muito acolhedor e favorável ou seu nome ao chegar em São Paulo.

candidatas participaram da disputa) a *Miss Ceará* Emília Coréia Lima fosse eleita *Miss Brasil*, de 1955<sup>120</sup>

A propósito da vitória de Emília, nunca vou esquecer minha emoção, quando acordei naquela manhã de domingo, poucas horas após o término do concurso e vi na primeira página de 'Unitário', a foto (linda!) de Emília e a manchete consagradora que enfeitava meu ego de cearense bairrista: 'Emília é Miss Brasil' (...)

Os cearenses não estavam apenas felizes, estavam orgulhosos, cabeças erguidas. Emília era aclamada, aplaudida, endeusada por todos. E houve até casos em que sua beleza de santa foi confundida com Nossa senhora de Fátima, cuja imagem peregrina, pouco antes fizera sucesso até então sem precedentes. E não faltava quem fizesse comparações.<sup>121</sup>

O fato, pelo ineditismo e por ter ocorrido logo na primeira vez em que o Estado participava de concurso de beleza de dimensões nacionais, provocou imensa repercussão nos jornais da cidade e entre os cearenses que não se cansaram de festejar. Emília foi recebida no aeroporto, logo após a conquista do título por centenas de pessoas, banda de música e até pelo prefeito em exercício, o vereador José Martins Timbó, além do grupo de alunos das escolas onde dava aula.<sup>122</sup> Desfiles em carro aberto, festas e bailes sociais em sua homenagem, além de visitas a instituições de ajuda humanitária foram religiosamente cumpridos pela *Miss Brasil* e cobertos pela imprensa local.

Jamais esquecerei a acolhida que tive em minha terra. Espero que, ao voltar, com ou sem o título de "Miss Universo", serei recebida com o mesmo carinho.<sup>123</sup>

Apesar da torcida e de especulações que garantiam o nome de Emília Correia Lima entre as 5 mais fortes candidatas ao título<sup>124</sup>, a *Miss Brasil* 1955 não conseguiu se sagrar campeã do certame mundial, conquistando apenas inesperado sétimo lugar. Diante do fato de as medidas estarem irremediavelmente dentro dos padrões estabelecidos, em *Long Beach*, uma

<sup>120</sup> "Miss Ceará é eleita Miss Brasil." *O Povo*. Fortaleza: 1º de julho de 1955, capa.

<sup>121</sup> LOPES, Marciano. *Os anos dourados*. Gráfica Ed. Tipogressos, s/d., pp. 141-142.

<sup>122</sup> "Intensa expectativa em todos os setores fortalezenses: A cidade em peso receberá hoje à noite «Miss Brasil»." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 6 de julho de 1955, capa.; "Apoteose no Aeroporto". *Correio do Ceará*. Fortaleza: 7 de julho de 1955, capa.

<sup>123</sup> "Entre risos, versos e esperanças: Emília partindo para os EEUU." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 11 de julho de 1955, capa.

<sup>124</sup> "Opinião extra-oficial em Long Beach: Um desses cinco países dará a 'Miss Universo'; de 1955: Brasil, Suécia, El Salvador, Japão e E. Unidos." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 25 de abril de 55, última página.

vez que seu corpo era do tipo longínquo e pouco sinuoso, bem menos arredondado que o de Marta Rocha, as explicações do insucesso, dessa vez, ficariam pro falta de calor da torcida brasileira na platéia dos Estados Unidos e de critérios de alguns juizes que se deixaram influenciar pelo “poder mercadológico de alguns países”, como consolo lhe restou o titulo extra-oficial da *Miss* mais Elegante do concurso. No entanto, não ter ganho o concurso, em *Long Beach*, não afetou o carinho de muitos fortalezenses tinham por sua *miss*, e novamente ela foi recepcionada por nova multidão (até o comércio encerrou o expediente mais cedo), na chegada a Fortaleza, desfilando em carro aberto pelas ruas da cidade.<sup>125</sup>



*Notícias sobre Emília Correia Lima nos jornais de Fortaleza.*

As seguidas eleições de Emília Correia Lima (*Miss Maguari*, *Miss Ceará* e *Miss Brasil*) e sua participação em *Long Beach*, assim como as obrigações cumpridas ao longo do seu reinado, receberam grande cobertura

<sup>125</sup> MOTA, Orlando. “Com os maravilhosos vestidos da Corcovado e América fabril: Emília foi a mulher mais elegante do concurso de ‘miss universo’.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 4 de agosto de 1955, capa-p.6; “Chega hoje a Miss Brasil: A população em peso nas ruas para aclamar Emília.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 9 de agosto de 1955, pp. capa-6.

dos jornais locais. O *Correio do Ceará* se destaca dos demais, entretanto, pelo fato de receber matérias advindas de São Paulo, Rio de Janeiro, *Long Beach*, já que os *Diários Associados* possuíam órgãos de imprensa em quase todos os estados e eram os organizadores do concurso. O *Povo*, ainda com menos recursos, não poupa esforços em cobrir a trajetória de Emília Correia Lima, principalmente após a conquista do *Miss Brasil*. Vale destacar ainda que, desde sua criação, a coluna de Walbamo tinha o intuito muito claro de fazer resumo detalhado para o público de todas as etapas e do dia-a-dia das moças do concurso Miss Ceará, único jornalista local a ir aos Estados Unidos cobrir o concurso *Miss Universo* pessoalmente; Infelizmente não nos foi possível perceber como a *Gazeta de Notícias* noticiou os fatos, porque os exemplares do período não fazem parte do acervo da biblioteca do Estado. Entretanto, no ano seguinte (1956), a *Gazeta de Notícias* noticiava, com frequência, as novidades da vida de Emília, o que nos leva a crer que também o tenha feito no período em que recebeu os títulos. De um modo geral, o primeiro concurso *Miss Ceará* é um marco divisório entre a cobertura da imprensa local dos concursos de beleza anteriormente e os que sucederam, uma vez que podemos verificar, nos jornais pesquisados, o volume de matérias, imagens e de profissionais (especialmente colunistas sociais) que se davam ao público, informação, curiosidade e detalhe dos bastidores dos certames.

Entretanto as competições de beleza feminina nem sempre eram bem vistas pelos órgãos de imprensa, haja vista que o *O Nordeste* era incansável em denunciar a desgraça moral que muitas mulheres estavam sendo submetidas ao se tornarem escravas da vaidade (um pecado) e dos instintos masculinos.<sup>126</sup> Como meio de não cair em desgraça, aconselhavam as moças a renunciarem “a realeza efêmera e mundana de um concurso de beleza” em nome da caridade cristã<sup>127</sup>, ou, pelo menos, como recomendava o Santo Papa, que lutassem e apenas participassem de concursos que ao invés de valorizar a beleza, medisse os “dotes culturais, morais e domésticos”<sup>128</sup>.

<sup>126</sup> NUNES. Pe. Alberto e Paula. “Bilhetes de São Paulo: os concursos de «rainha».” *O Nordeste*. Fortaleza: 6 de fevereiro de 1956, p.3.

<sup>127</sup> NUNES. Pe. Alberto e Paula. “Bilhetes de São Paulo: recusou ser rainha para ser ‘Luiza de Marillac’.” *O Nordeste*. Fortaleza: 6 de fevereiro de 1956, p.3.

<sup>128</sup> “Pela primeira vez o Santo Padre recebe uma vencedora num concurso de beleza, não, porém pela beleza mas porque se sagrou a ‘mulher da Itália’.” *O Nordeste*. Fortaleza: 15 de janeiro de 1957, p.1.

A mulher, então, lançada como borboleta sobre focos de luzes, estonteou-se completamente. Para ela, o que vale são as sublimações falsificadas dos triunfos da carne e da beleza, e, para tanto, não se temem em desnudar-se com novas Frinéias diante de todo o mundo, nem de submeter-se a todas as exigências de modas sofisticadas, com nomes repugnantes, como essa de cabelos de 'tarado', e 'taradinho' ou dos vestidos 'tomara que caia'. Daí a retumbância e a repercussão dos concursos de beleza ou escolha para misses disso ou daquilo. A atração dos aplausos de uma platéia e primários entontece as mocinhas que ainda deviam estarem em casa, de cabelos em tranças e vestidos singelos, aprendendo a bordar e cozinhar ou nas escolas enfronhando-se nos segredos da linguagem ou nas dificuldades dos números e das ciências.<sup>129</sup>

As ações da comunidade católica não ficaram restritas apenas aos discursos inflamados de *O Nordeste*. O colunista Walbamo lamenta, dias antes do desfile que elegeu Emília, a desistência da candidata Ítala Machado (favorita ao título de *Miss Massapeense*), depois que as irmãs do Colégio Imaculada Conceição a mandaram escolher entre a escola ou o desfile, pois, mesmo com a insistência do presidente do Clube, consideravam o desfile de maiô impróprio para a reputação das alunas da instituição<sup>130</sup>; O jornal comunista *Diário do Povo* também condenava os concursos de beleza, principalmente, pelo sentimento de inferioridade que produzia entre os filhos de famílias pobres, "menos favorecidas pela sorte"<sup>131</sup>, e a afronta que representava o fato de as elites estarem se esbaldando em festas e preocupadas com disputas fúteis, enquanto a população mais pobre do Estado sofria as conseqüências do flagelo da seca, condenando inclusive a associação desses eventos a fins de caridade<sup>132</sup>, saída historicamente encontrada para minimizar qualquer sentimento de culpa que as elites

<sup>129</sup> "O drama da juventude" *O Nordeste*. Fortaleza: 18 de janeiro de 1957, pp. 3-4. (Pontos de vista)

<sup>130</sup> WALBAMO. "Tertúlia" *O Povo*. Fortaleza: 17 de maio de 1955, p. 10.

<sup>131</sup> LIMA, Lúcio. "Bonecas." *Diário do Povo*. Fortaleza: 6 de outubro de 1956, capa.

<sup>132</sup> "Sofremos uma das maiores secas, não podemos nos dar ao culto de superfluidades – O concurso de Miss Brasil e a festa francesa não rimam com a miséria e a fome – Falta-nos água, não devemos nadar em uísque"; «*Diário Associados*» devem cancelar o desfile anunciado. O povo cearense castigado pela seca inclemente não pode prestigiar a para de elegância da mais bela mulher do mundo – Maternidade pode 'esperar'. *Diário do Povo*. 29 de Maio de 1958, última página.

pudessem sentir em estar dançando, bebendo e festejando enquanto muitos passavam fome<sup>133</sup>.

Segundo o historiador Geraldo Nobre, a eleição de Emília Correia Lima ao título de *Miss Brasil* provocou, em Fortaleza, fenômeno de magnitude intitulou de *Efeito Emília*. Uma vez que, após um ano de reinado, a cearense tinha de passar a coroa a nova candidata, a mobilização em torno de quem seria a escolhida se fez presente. As moças, no período antes do concurso, cuidavam mais da aparência e da forma física. Os presidentes de clubes promoviam uma espécie de *lobby* a favor de suas candidatas como meio de garantir vantagem na eleição.<sup>134</sup>



*Emília Correia Lima recebendo a partitura de uma valsa em sua homenagem.*

<sup>133</sup> A arrecadação de fundos para os flagelados da seca de 1932 foi o meio encontrado para que o carnaval realizado nos clubes elegantes fosse mantido sem que um sentimento de culpa às críticas negativas se abatesse sobre as elites. RIOS, Kênia Sousa. *A cidade cercada: festa e isolamento na seca de 1932*. In: SOUSA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro. *Seca*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002, pp. 105-131.

<sup>134</sup> AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos Inesquecíveis*. op. cit., pp. 99-125. "Cresce o interesse em torno do tradicional concurso de "Miss Ceará 1960." É o assunto dominante nas rodas sociais da capital alencariana. Várias cidades do interior enviarão representantes." BAYARD. "Vida social." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 2 de maio de 1960, p.11.

Enquanto isso, os colunistas sociais promoviam bailes, concursos de beleza<sup>135</sup>, e procuravam, mediante o olhar de observador, indicar antecipadamente quem era a mais apta a conquistar honraria entre as moças do *society*. Nas colunas, as garotas que haviam ganhado qualquer título de beleza, tinham-no descrito junto ao nome. Ou seja, título de beleza, em concurso de dimensões apenas locais, ou obviamente, título de *Miss Ceará* (já que (o de *Miss Brasil*, nenhuma conquistaria até 1989 quando a pernambucana Flávia Cavalcante, concorrendo pelo Ceará, o fizera) era um privilégio que, provavelmente, muitas moças gostariam de possuir. Especulamos ainda que o fato de Emília Correia Lima não ser herdeira de nenhuma fortuna e ter atividade que muitas moças de família de classe média, era professora primária, possa ter contribuído para que algumas delas acreditassem ser possível substituí-la. O fato é que o período do primeiro concurso de *Miss Ceará* conhecida exatamente com o mês das primeiras colunas sociais, a partir do sucesso do primeiro concurso e incorporação desse e de outros eventos no calendário social da cidade, sempre com grande repercussão, paralelo à proliferação das páginas femininas nos jornais locais. Acreditamos assim, que existe relação umbilical entre esses três acontecimentos, ainda que se saiba que não são características apenas da sociedade local. A lógica de a da imprensa feminina produzir o ideal de *moças casadoiras* e esposas dedicadas, cuidadosas da aparência, da etiqueta, e das colunas sociais de anunciar a incorporação de práticas e valores associados ao ideal de modernidade pelas classes mais abastadas, é muito útil em alimentar exemplo "real", às misses, que se enquadram muito bem como ícone do objetivo dos dois segmentos de imprensa, uma vez que os concursos de beleza da época eram visivelmente ligados ao ideal de mulher burguesa, pelo padrão estético (mulheres brancas, magras, altas de olhos claros e traços finos do rosto) e pelas exigências em torno do refinamento social e da elegância, esperados em uma *miss*.<sup>136</sup>

---

<sup>135</sup> Destacam-se o *Glamour Girl*, realizado pela primeira vez em Fortaleza, no mês de novembro de 1955, pelo colunista Robert de Sangerie, seguindo uma tradição do concurso de mesmo nome realizado no Rio de Janeiro por Jacinto de Thomes; e *Miss Verão* organizado pelo colunista Eutímio Moreira, a partir de 1957; além de muitos outros títulos criados por clubes, empresas e associações.

<sup>136</sup> "Quer vencer o concurso de Miss Ceará? Pois saiba que não basta ser bonita e faceira." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 29 de março de 1957, capa.



O imaginário social construído em torno da *miss*, contudo, vai muito além disso, uma vez que elas também eram cultuadas pela seriedade (não é que as *misses*, em viagens e eventos sociais, estão sempre acompanhadas das mães), pela discrição e o bom senso. Diferentemente das cantoras de rádio, oriundas das camadas mais pobres da população, ou mesmo, de muitas atrizes hollywoodianas quase sempre envolvidas em escândalos matrimoniais, divórcios e outros infortúnios pessoais, a vida das *misses* seguia intenção diferente dos demais ícones da *feminilidade* da época (cantora, atrizes, vedetes), a de referendar o sucesso e a realização de conduta moral irreparável da vida de uma mulher: um casamento esplêndido.

Este fora o destino de Emília Correia Lima: no ano seguinte, a conquista do título de *Miss Brasil*, e de tantas outras *misses*.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> O casamento de Emília com o Major-Engenheiro do Exército rendeu uma matéria de capa na revista *O Cruzeiro*. Em destaque uma fotorreportagem com Emília servindo cafezinho ao marido, 'brincando' de lavar pratos, e o repouso da felicidade à maneira do Ceará (ambos estavam deitados em uma rede). "A lua de mel de miss Brasil 1955: Emília e sua História de Amor." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 6 de outubro de 1956, pp. 11-13.

## Capítulo II

---

Sonho Feminino: marido, filhos e lar.

Etapas e Estratégias na vida de uma *moça casadoira*.

Este capítulo tem como primeira motivação frase do artigo intitulado “Hoje adolescente, amanhã noiva”, que interpelava as moças afirmando que “apesar dos seus modos desenvolto, no íntimo, elas continuavam mais femininas do que nunca e sonhavam o eterno sonho feminino: um marido, filhos, um lar.”<sup>1</sup>

No intuito de compreender como a imprensa especializada da época propôs resolver os problemas e as dificuldades do caminho das jovens moças que ambicionam o famigerado sonho, nos concentramos, nesse momento, em esmiuçar e analisar os meios e estratégias tidas como essenciais para sua concretização.

Ressalte-se que as relações homem-mulher, nos anos 50, passavam por um processo de redefinição profundo, em virtude de ser um período considerado emblemático, em que há um crescimento econômico acelerado, vivenciado por quase todos os países do mundo, inclusive os do Terceiro Mundo<sup>2</sup>, fomentando revolução no acesso à informação, novas formas de lazer, oferta de produtos para consumo, redefinição de expectativas e sentimentos, criados e incorporados sobretudo pelos mais jovens<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> “Meu Caderno de Psicologia: Hoje adolescente amanhã noiva!” *O Jornal*, Fortaleza: 14 e 15 de março de 1958, p.3. (O *Jornal Feminino*) Para efeito de compreensão e estética textual, passamos a frase para o plural. No original, se encontra redigido assim: “apesar dos seus modos desenvolto, no íntimo você continua mais feminina do que nunca e sonha o eterno sonho feminino: um marido, filhos, um lar.”

<sup>2</sup> HOBBSAWM. Eric. *Era dos Extremos*. O breve século XX (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 265.

<sup>3</sup> “A cultura jovem tornou-se a matriz da revolução cultural no sentido mais amplo de uma revolução nos modos e costumes, nos meios de gozar o lazer e nas artes comerciais, que formavam cada vez mais a atmosfera respirada por homens e mulheres.” *Id. Ibidem.*, p. 323.

## 2.1) 1º passo: sair da barra da saia da mãe.

*Brotinhos e seus problemas* é o nome à seção da página feminina de *O Jornal*, que exemplifica a tendência da imprensa feminina da época em se escrever para um público de mulheres mais jovens. Seção que é apenas um dos exemplos mais nítidos do segmento da imprensa feminina, que passa a se dedicar, prioritária ou exclusivamente, à jovem solteira, e não mais à dona-de-casa (em outros veículos, mesmo em *O Jornal*, são comuns artigos em cujo título não se diferenciam dos direcionados à mulher adulta, o que fazem no conteúdo). Os artigos de *Brotinhos e seus problemas* são curtos, linguagem leve, permeada de expressões e gírias da época, e buscam dar conta do universo juvenil feminino por completo. A narrativa normalmente se efetua pela proposição de problema de toda mocinha *passa*, ou certamente *passará*, e se desenrola com análise de alguém mais velho, experiente, de bom senso, sensível às dúvidas da angustiada e confusa juvenzinha. O narrador assume o papel de mediador entre as regras e os conceitos morais de outrora e os apelos e exigências do presente<sup>4</sup>:

Ela nunca me dá oportunidade de escolher os meus vestidos. Compra a fazenda e determina o que eu tenho que usar. Afinal de contas com quinze anos, não sou mais um bebê.<sup>5</sup>

Nesse exemplo, o texto se estrutura a partir de “um dos motivos de queixa mais apontados pelas moças contra as mães<sup>6</sup>”. Mais que queixa, é um desabafo, uma crítica da filha ao comportamento da mãe repressora e antiquada. Pouco importa se, de fato, alguma jovem tenha se queixado do tal problema. Ainda que (entre aspas), a frase é genérica e não é atribuída a ninguém, mas a todas. Maria Teresa, a autora, não só cria a leitora, como o conflito por que esta passa, a partir da noção de exemplaridade do problema junto a quem vai ler. O restante da narrativa, no entanto, não se desenrola em

<sup>4</sup> Neste caso, e em muitos outros, os pais são os representantes do passado, pois mostram intransigência e negação à revisão de algumas condutas morais e regras de bom comportamento ditas tradicionais. O presente é a cultura americanizada, juvenil, *moderna*, representada pelos jovens, artistas (em especial estrelas e astros de cinema, cantoras de rádio) e outros grupos sociais considerados de vanguarda.

<sup>5</sup> MARIA TEREZA. “Brotinhos e seus problemas” *O Jornal*. Fortaleza, 22 de janeiro de 1958, p. 3. (O Jornal Feminino)

<sup>6</sup> Id. *Ibidem*.

diálogo intimista e cúmplice entre a experiente conselheira e a jovem aflita, mas na argumentação que visa atingir mais as mães que propriamente as filhas. Podemos vislumbrar isso, em Maria Tereza, que tenta solucionar o conflito dizendo:

Aqui nos parece que a mocinha queixosa tem razão. Em seu benefício ela deve ser habituada a escolher suas próprias roupas. Isto lhe dará confiança no seu gosto. Naturalmente quando pretender usar coisas ridículas, sua mãe lhe abrirá os olhos contra o exagero.<sup>7</sup>

E faz uma pergunta:

Não seria interessante que a mãe fizesse da filha uma companheira, com quem trocasse opiniões,(...)?<sup>8</sup>

Maria Tereza assume a defesa da filha e intervém de modo a fazer a mãe acreditar que a solução menos tensa para o problema está na ação paulatinamente permissiva com a filha, mais do que na conquista ferrenha. Cabe às mães saber o momento certo de ceder a algumas reivindicações, permitindo às filhas mais autonomia de decisão e alvedrio de ação.

Em seguida, as mães são alertadas para alguns cuidados necessários para que a maior liberdade da filha não fuja ao total controle. É-lhes aconselhado que permaneçam atentas e não hesitem em recuperar a autoridade, se necessário. Manter-se confiante da filha é astucioso meio de estar a par dos acontecimentos e conseguir reconhecer a hora apropriada de agir. O incentivo para que as mães cedam a algumas exigências da filha é apresentado não só como adequado aos *novos tempos*, no que concerne à educação em que sobressaia o diálogo e o respeito à individualidade, como obstáculo contra os desgastes desnecessários ao convívio entre as duas.

Ainda que a seção, a princípio, se dirija às moças, com problemas do universo *juvenil*, as relações mãe e filha são recorrentes, e, portanto, enquadradas no que se entende por esse universo. Essa recorrência não é característica apenas de *Brotinhos e seus Problemas*, mas das demais seções,

---

<sup>7</sup> MARIA TEREZA. "Brotinhos e seus problemas.", op. cit., p. 3. (O Jornal Feminino)

<sup>8</sup> Id. Ibidem.

colunas e artigos de linha temática semelhante<sup>9</sup>. Mesmo quando o problema, diferentemente do analisado no momento, não surja efetivamente de conflito na de relação entre elas, mães e filhas parecem estar se medindo e se estranhando a todo instante.<sup>10</sup> Logo, muitos artigos que se intitulam ou se justificam a partir de um público jovem, não necessariamente produzem mensagens que se dirijam somente as adolescentes.

Quando o discurso da imprensa feminina deixa de girar em torno dos transtornos da vontade das garotas de sentirem livres para escolher as próprias roupas, e volta-se para o desejo de se sentirem mais livres para usufruir algumas formas de lazer e mesmo ter relacionamentos afetivos, é dirigido aos genitores, assume posição de legitimidade em favor da jovem, uma vez que se trata de nova exigência da modernidade e por isso perfeitamente compreensível, que os pais não podem ignorar, mas apenas aprender a lidar com o temor em permiti-lo.

Tôda moça precisa de ambiente social. A mocidade, por si mesma, é exuberante e comunicativa. Os pais precisam compreender isso pra proporcionar à filha um ambiente adequado.(...) Muito bem que não lhe concedam excesso de liberdade; mas ao menos que lhe dêem liberdade relativa, que assista, que lhe proporcionem ambiente alegre, que a acompanhem a lugares onde possa conviver com amigas e rapazes porque é no meio de gente nova, da sua idade que a moça se sente feliz. É nesse ambiente que ela poderá escolher prazerosamente, sem quaisquer constrangimento, o rapaz com quem se casará – por amor, e não apenas pra fugir ao

<sup>9</sup> A página *Gazeta Feminina* possuía o *Cantinho das Moças.*, com breves artigos que tratavam dos problemas relacionados à insegurança e ao amor na juventude. Outro exemplo mais emblemático é o da coluna *Mocinha*, da revista *A Cigarra*, onde Tia Martha, pseudônimo de autor ainda não identificado, ilustrada por Alceu Penna, descreve os conflitos de *mocinhas* como Ana Maria e Verinha, e suas tentativas de conseguir persuadir os pais, especialmente a mãe, para que as deixem receber os amigos em casa, emprestem o carro ou lhes permitam uma viagem de fim de semana apenas na companhia de outras jovens. Infelizmente não conseguimos ter acesso a muitos exemplares, o que não nos permite fazer uma análise mais aprofundada da coluna. Porém, foi possível observar que, assim como as *Garotas do Alceu*, as *Mocinhas* de *A Cigarra* sempre encontram soluções divertidas para seus problemas, enquanto os pais acabam cedendo diante dos seus encantos e persuasão. TIA MARTHA. "Mocinha: fazendo as honras da casa" *A Cigarra*. Rio de Janeiro: Junho de 1954. p.111, TIA MARTHA. "Mocinha." *A Cigarra*. Rio de Janeiro: agosto de 1954. p. 131. TIA MARTHA. "Mocinha" *A Cigarra*. Rio de Janeiro: novembro de 1954.p.133

<sup>10</sup> Mãe e filha entram em conflito porque a última se mostraria negligente com a arrumação do quarto e o cuidado com as roupas. A autora aconselha a mãe não entrar em conflito aberto, mostrando-se compreensiva, mas impondo algumas obrigações, argumentando ainda que essa fase da filha *estourada e independente* logo passará. "Brotinhos e Seus Problemas: Nem tudo é Juventude Transviada – às vezes o problema é bem mais simples embora preocupe." *O Jornal*. Fortaleza: 1º de dezembro de 1958, p. 5. (O Jornal Feminino)

ambiente de restrições em que foi criada como acontece tantas vezes.<sup>11</sup>

A diminuição da extensão da autoridade paterna se mostrava necessária para a emergência do indivíduo moderno, que já não podia ser protegido pela família das agruras do mundo competitivo, impessoal e de relações frias e capitalistas.<sup>12</sup> Maior flexibilidade, na influência dos pais sobre os desígnios dos filhos, podia também evitar que os últimos contestassem diretamente a ordem vigente, assumindo comportamentos que agridem ou escandalizam os mais velhos<sup>13</sup>. A esses atos se denominava *rebeldia*. Em compensação, quando o discurso é voltado diretamente às adolescentes, conceito já muito usado na época, os discursos assumem uma posição de incentivo à paciência e à prudência, novamente sem renegar a legitimidade das ambições juvenis. Leiamos:

A adolescência, por si mesma, pela força de reação que a caracteriza na necessidade de afirmar-se, é a fase da vida em que se luta com mais apetite, em que se reivindica com mais numerosos e gritados argumentos, em que se enfrenta a dificuldade com a maior certeza de vitória. Não vamos por isso, tratar aqui, da atitude passiva do comodista do desencantado ou do desfibrado; vencido antes da batalha; vamos considerar apenas a maneira de batalhar, já que nossa página é para as jovens.<sup>14</sup>

A estratégia apresentada aos jovens nunca é a da desistência, do esmorecimento. O que deviam era tomar ciência de que são a extremidade mais fraca da relação e por isso precisam se utilizar especialmente da inteligência e perspicácia para aumentarem as chances de sucesso na conquista de algumas concessões e direitos.

<sup>11</sup> "Juventude e Alegria." *O Cruzeiro*, 4 de fevereiro de 1956, p 57 (Da mulher para a mulher)

<sup>12</sup> "A tensão entre a família e a ordem econômica e política que em uma etapa anterior da sociedade burguesa, protegia as crianças e os adolescentes do duro impacto do mercado, gradualmente decrescem. A família privada da intensidade emocional que anteriormente caracterizava as relações no lar, socializa a juventude em encontros pautados e moderados (...)." LASCH. Christopher. *Refúgio num mundo sem coração*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. pp. 23-24.

<sup>13</sup> "As formas de criar e controlar os filhos – e não as formas de livrar-se dos pais – são os temas da domesticidade de uma cultura que presume que a criança abandonará os vínculos familiares sem passar por crise emocional." Id. *Ibidem.*, p. 224.

<sup>14</sup> "Alegria nas dificuldades." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 7 de setembro de 1958, p.5. (Gazeta Feminina)

Há pessoas que em vez de procurarem escolher seus problemas com objetividade, perdem tempo e energia em revoltas estéreis, esbravejamentos ou resmungos. Outras limitam-se a queixar-se a ter pena de si mesmas (...) Quem realmente quer vencer a dificuldade, para prosseguir seu caminho, há de remover a pedra encontrada com alavanca da paciência, aplicada com inteligência e movida pelo otimismo.<sup>15</sup>

Para o discurso da imprensa feminina, a *rebeldia* era o caminho seguido por aquelas não muito espertas e inseqüentes, e o da passividade encontrado pelas fracas. Moças com personalidades, atitude e astúcia, possuem melhores condições de reverter situações difíceis, usando essas qualidades e habilidades intelectuais melhores sucedidas do que os que se caracterizam por serem muito *ingênuas, tolas e frágeis* na conquista de seus desejos.

Observa-se também, na leitura, que a imprensa feminina da década de 1950 faz da relação, entre pais e filhos, indícios da corrosão provocada nas relações familiares pela invasão da ordem capitalista no seio familiar, identificada por Christopher Lasch, na família norte-americana e européia ao longo do século XX. As relações familiares tinham se mercantilizado por se basearem em negociações que se aproximam da idéia de perda e ganho. Pais confusos e inseguros sobre os impactos da educação autoritária cedem ao desejo dos filhos, a fim de serem retribuídos com o mínimo de afeto. Os filhos, em troca do empenho no aprendizado escolar, por exemplo, reivindicam, dos pais, concessões de autonomia. Ainda que necessário, atentar para as devidas peculiaridades da família norte-americana e brasileira no século XX. .

Lurdinha é uma jovem *precoce*. Aos 14 anos, admite ter *namorado firme*, mas ressalta que, apesar disso, cumpre as obrigações escolares, a ponto de desautorizar qualquer queixa da mãe a respeito do seu comportamento. A autora, que a descreve, concorda com ela, deixando claro à mãe que as garotas de *agora* e da idade de Lurdinha sabem mais do que elas aos dezoito anos. Logo, não cabe à mãe reprimir a filha, ou proibi-la de namorar, já que, "na adolescência, amor e amizade são sentimentos fundamentais" para a formação da personalidade adulta sólida e sem traumas. A autora alerta, ainda, que "uma menina ajuizada sabe se conduzir" e que ensinar-lhe a ser independente

---

<sup>15</sup> Id. *Ibidem*.

“é uma das obrigações dos pais”. Os pais não devem mais decidir sobre os destinos dos filhos, mas estimulá-los a se conduzir sozinhos e de forma apropriada.<sup>16</sup>

Na medida em que vivenciar o amor, pela experimentação e convívio com outros rapazes, torna-se prática necessária, sem que para isso houvesse rompimento irrestrito dos costumes e tradições referendados pela comunidade local<sup>17</sup>, a vigilância e a orientação tornam-se obrigações paternas de extrema valia, o que não impede, em raros casos, intervenção meramente proibitiva:<sup>18</sup>

A Influência da mãe sobre a filha, quanto a questões sentimentais deveria se restringir a orientá-la a cerca do que julgasse errado ou interessante para a sua felicidade. (...)

Orientem suas filhas, dêem conselhos, quando preciso, mas proporcionem-lhes o livre arbítrio porque somente agindo por contra própria elas encontram a felicidade.<sup>19</sup>

Como podemos observar, a mãe é, a princípio, a principal responsável pelos desígnios da filha<sup>20</sup>. O pai é uma figura que circunda essa relação, mas que só deve ser interpelado nos casos em que aquela não tenha mais poder ou força de intervenção. Isso se dá principalmente quando envolve a interpelação a terceiros<sup>21</sup>. A própria idéia de que a mãe deva ser compreensiva, a melhor

<sup>16</sup> “Brotinhos e seus Problemas” *O Jornal*. Fortaleza: 16 de dezembro de 1958, p.3. (O Jornal Feminino)

<sup>17</sup> “(...) quando uma mocinha sai com o namorado e ficam sós, é quase certo que êle vai se aproveitar da oportunidade para acariciá-la. Tanto êle como ela sentirão prazer na troca de carinhos... mas é preciso que sobretudo ela se acautele, porque esses carinhos são perigosos quando não se é casado. (...) Problemas dessa natureza devem ser tratados pela mãe da mocinha, sem alarde, mas com franqueza. No período da adolescência os filhos precisam desesperadamente da assistência moral dos pais.” “Problemas sexuais” *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 12 de novembro de 1955. (Da mulher para a mulher)

<sup>18</sup> Em um artigo de *Brotinhos e Seus Problemas*, duas irmãs, a pedido do pai, perguntam se este está correto em não permitir que elas freqüentem bailes (realizados no próprio bairro) desacompanhadas. A autora responde estar convencida, apesar de não ter informações que poderiam ajudá-la a fazer um julgamento mais acertado da questão (como a idade das garotas e quem seriam os organizadores do baile), que o pai delas está correto. Ressaltando ainda que “bailes em dias de aula em geral são desaconselháveis” “Brotinhos e seus Problemas” *O Jornal*. Fortaleza: 23 de março de 1959, p.3. (O Jornal Feminino)

<sup>19</sup> “Mamãe, atenção! O amor chegou?” *O Jornal*. Fortaleza: 2 de dezembro de 1958, p. 3. (O Jornal Feminino)

<sup>20</sup> Na família nuclear burguesa, a mãe “passa a ser a principal responsável pelo bem-estar da criança e do esposo e é importante intermediária entre o pai – cada vez mais ausente em seu trabalho fora de casa – e os filhos, e entre a família e dois novos elementos que surgem, o médico (...) e a escola.” ROCHA-COUTINHO. Maria Lúcia. *Tecendo por trás dos panos*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 29.

<sup>21</sup> São eles: “O Pretendente”, “O Noivo Indeciso”, “O Namorado Irresponsável”, “O Pai do Rapaz”, “As Autoridades Competentes” (em caso de quebra de acordos ou códigos de honra). Na falta do pai, o avô, ou o filho mais velho, podem vir a assumir esse papel.



amiga e, sobretudo, a confidente da filha, confere a ela um lugar diferenciado na relação pais e filhos. A mãe é alguém com quem se convive diariamente, se constroem laços de condescendência e fidelidade, é a educadora, que faz cobranças, mas também que acalenta, que bota para dormir e acalma os ânimos. Ela frequenta a escola, conhece os amigos dos filhos e, a princípio, é a primeira a ser informada formalmente sobre intenções de flirts, casos amorosos, namoros.<sup>22</sup>

Na perspectiva de que cada um dos gêneros (feminino e masculino) possui características próprias e opostas, o discurso da imprensa feminina considerava que as mulheres se entendem entre si mesmas, fazendo parte de universo menor, restrito, pouco compreensível para os não pertencentes. Conhecendo melhor a filha, *por também ser mulher*, a mãe percebe mais facilmente a transição da menina inocente para a mocinha sonhadora e desejosa de encontrar namorado. Cabe a ela não só esse reconhecimento, como ajudar a filha nessa passagem.

Ao observar os discursos sobre *o amor*, na literatura, imprensa feminina e folhetins dos anos 20, em São Paulo, Mônica Raisa Schpun observou, entre outras coisas, que eram proferidos ataques aos pais que acreditavam ter o direito de obrigar os filhos, principalmente as filhas, a se casarem, acusando-os de insensíveis e autoritários<sup>23</sup>. Na imprensa feminina fortalezense dos anos 50, observamos que os genitores já não são atacados por impor casamentos aos filhos (que atendam somente ambições financeiras), mas por não incentivarem

---

<sup>22</sup> "A boa educadora será aquela que consegue despertar uma confiança incondicional do filho, ao mesmo tempo que exerce sobre ele uma vigilância absoluta. Ela deve ter acesso a todos os segredos e intimidades dos filhos." ROCHA-COUTINHO. Maria Lúcia. *Tendendo por trás dos panos*. op. cit. p.34. No decorrer do século XIX no Brasil, a mulher de família burguesa teve o papel readequado à nova conjuntura política, social e econômica atravessada pelo país. O surgimento da mentalidade burguesa provocou transformações no seio da família patriarcal brasileira. A maternidade foi uma delas: "Os cuidados e a supervisão da mãe passam a ser muito valorizados nessa época, ganha força a idéia de que é muito importante que as próprias mães cuidem da primeira educação dos filhos e não os deixem simplesmente soltos sob influência de amas negras ou 'estranhos', 'moleques da rua' ." D'INCAO. Maria Ângela. "Mulher e Família Burguesa." In: DEL PRIORE, Mary (org.). *História das Mulheres no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2000. pp. 228-230. No entanto, o auge dos investimentos numa mulher mais atenta e dedicada à maternidade, no Brasil, se dá no decorrer do Estado Novo. A mulher, nesse período, exerce função importante na formação dos novos cidadãos e na manutenção da integridade familiar, alvéolo considerado fundamental para a formação da nação. A exemplo disso, podemos citar o fato de Getúlio Vargas ter instituído o Dia das Mães em 1932, seguindo a tradição norte-americana (desde 1910) de se comemorá-lo sempre no segundo domingo do mês de maio.

<sup>23</sup> SCHPUN. Mônica Raisa. "O Amor na Literatura. Um exercício de compreensão histórica." *Cadernos Pagu*. Nº 3/9. Campinas: Editora da Unicamp, 1996, pp. 177-209.

os filhos<sup>24</sup> a terem uma vida mais autônoma e livre, em que possam conhecer e exercitar os gostos e sentimentos, dentro de ambientes e situações seguras. Assim, encontramos, por exemplo, recomendações de que os encontros de namorados se dessem principalmente em casa, ou que os pais acompanhassem suas filhas aos bailes (eventos juvenis organizados por clubes respeitados).

Se, na São Paulo dos anos 20, encontramos discussão em torno da validade da transição dos casamentos arranjados pelos pais para os realizados por amor (inseridos no Brasil, principalmente, literatura romântica<sup>25</sup>), nos anos 50, a preocupação consiste em encontrar fórmulas pré-matrimoniais *saudáveis*, para que os jovens possam vivenciar a *livre escolha* e o amor, sem que com isso quebrassem juízos morais ainda válidos. A manutenção da virgindade feminina, o casamento entre pessoas de classes sociais semelhantes e o predomínio da autoridade do homem sobre a mulher, nas relações afetivas, podem ser enumerados como alguns desses juízos. O que observamos é que a motivação dos conflitos entre pais e filhos se modificou, no decorrer dos anos que separam as duas décadas (20 e 50), mas se manteve centralizada em torno da contestação do autoritarismo dos pais.

Em Fortaleza, a se crer no noticiário do colunismo social, eram, cada vez mais, comuns bailes, *pic-nics*, festas de aniversário, *vitrolas-com pista* organizadas exclusivamente para jovens, em cujos ambientes longe dos pais, pareciam se sentir mais livres para dançar, paquerar, divertir-se:

Quem teve oportunidade de ver a «New Face» reunido não pode duvidar de muita animação e categoria na sociedade futura (...) São dezenas de super brotinhos que mantêm a pista cheia em todos os momentos. Sabem realmente se divertir (...). Há alguns anos, as festas da nova geração eram fracas. Quase ninguém dançava. Rapazes de um lado e moça de outro. (...) Com essa geração a coisa está diferente. Já se forma roda de moças e rapazes, os

<sup>24</sup> Incluindo as filhas, ainda que em menor proporção: "Insista com bons modos para que seus pais consentam em que você frequente lugares onde possa ter convivência com moças e rapazes. É completamente desaconselhável que se crie uma moça excluída do convívio social. Toda pessoa jovem gosta de diversão e revolta-se quando não pode tê-las." TEREZA, Maria. "Da mulher para a mulher: Criação muito rigorosa." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 30 de abril de 1960. p. 105.

<sup>25</sup> Ver: D'INCAO, Maria Ângela. *Sentimentos Modernos*. A família na literatura. São Paulo: brasiliense, 1996.

assuntos fogem do medíocre, há maior interesse numa boa apresentação, dança-se mais (...).<sup>26</sup>

Os clubes e outros equipamentos de lazer não só propiciavam espaço necessário para que os jovens da elite pudessem desfrutar da companhia de outros jovens. O surgimento de espaços de sociabilidade, em que os freqüentadores eram aceitos diante da tradição familiar e do poder aquisitivo, como o caso dos clubes, ou de ambientes privados, como boates e sorveterias, onde se fazia necessário consumir para estar presente, terminavam por minimizar as possibilidades de que jovens de diferentes meios sociais pudessem se relacionar. No entanto, mesmo nesses espaços mais propícios ao relacionamento sadio para encontro de rapazes e moças, havia vigilância velada não necessariamente dos pais, mas da comunidade<sup>27</sup>. No caso da freqüência aos clubes, os próprios responsáveis pelo local assumiam a tarefa de manter, diante dos restantes sócios, a certeza de que se tratava de lugar seguro, vigiando e intervindo quando achassem que alguns limites podiam estar sendo excedidos.<sup>28</sup>

Um das novidades de mais sucesso entre os jovens do *high society* cearense, nos anos 50, eram as *tertúlias* organizadas pelos clubes, durante o *weekend* e regularmente noticiadas pelos colunistas sociais. Na mais famosa, Tertúlia do Maguari<sup>29</sup>, à meia luz, moças e rapazes dançavam de rosto colado ao som de boleros românticos tocados por Ivanildo e seu conjunto ou se

---

<sup>26</sup>BRASILEIRO. Lúcio. "A «New face» é bola grande." *O Jornal*. Fortaleza: 30 de julho de 1958. p. 3 (Lúcio Brasileiro Informa)

<sup>27</sup> A escola, amigos, parentes, vizinhos, os meios de comunicação e a igreja, são os outros grupos de pessoas e instituições que ajudariam na tarefa de vigiar os jovens e denunciar qualquer ato mais inadequado ou transgressor.

<sup>28</sup> Mirtes Freitas afirma, a partir de entrevistas realizadas com pessoas que faziam parte da organização e freqüentavam os clubes da época a notoriedade que os clubes elegantes da cidade tinham como sendo ambientes considerados familiares e de confiança, vejamos as palavras do Dr. Zezito: "Aquilo era lazer de família. Os pais deixavam os filhos lá porque os diretores eram como pais. Zelavam pelos filhos. PONTES. Albertina Mirtes de Freitas. *A Cidade dos clubes. Modernidade e "Glamour" na Fortaleza de 1950-1970*. Fortaleza: Dissertação de Mestrado. Fortaleza: UFC, 2003, pp. 41-42.

<sup>29</sup> Bom, mesmo, no fim de semana, são as tertúlias do Maguari. A meia luz, o ritmo lento de Ivanildo e seu conjunto, a cordialidade dos amigos e um rosto de garotas bonitas proporcionam o melhor dos ambientes (...). Bem, mais não queremos ser prolixo, descrevendo, com detalhes, todo o encanto das reuniões domingueiras no Clube dos Príncipes. Sobretudo porque corríamos o risco de omissão. Melhor que falar do Maguari é ir as suas tertúlias. GASPARELLO. Luciano. "As Tertúlias do Maguari." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 23 de junho de 59, p.10. (Clubes da Cidade)

agitavam no ritmo frenético do mambo e até do *rock in roll*.<sup>30</sup> Eram também comuns que alguns atrativos extras nessas festas, como sessões de cinema, no clube, antes do baile, ou o delicioso sorvete de cortesia para minimizar o calor da dança e do clima quente cearense. Além do clube, os brotinhos do *society* cearense ainda freqüentavam lanchonetes, sorveterias, piscinas<sup>31</sup> ou promoviam pequenas reuniões em casa para comemorar alguma data de aniversário ou apenas ocupar o tempo livre antes do início das aulas<sup>32</sup>. O clima de *paquera* entre os casais que freqüentavam esses ventos, assim como os desdobramentos de encontros sempre rendiam notinhas na coluna social.<sup>33</sup>

Além dos clubes *elegantes*, freqüentados apenas por associados de bom poder aquisitivo, observa-se uma espécie de mimetismo de membros das classes sociais menos favorecidas ao estilo de vida burguês das elites narrado pelos colunistas sócias. É o surgimento, durante esse período, de alguns clubes considerados *suburbanos* freqüentados por pessoas de classe média baixa, e também os chamados *intermediários*, criados por associações de funcionários públicos de menor escalão e outros setores da classe média (comerciantes e profissionais liberais). Segundo Mirtes Freitas, que estudou o papel dos clubes como opção de lazer dos fortalezenses, alguns desses clubes são resultado dos esforços de moças e rapazes que moravam nos subúrbios e desejavam espaço de sociabilidade (o caso do *Marajaig*) e também de agremiações esportivas sobretudo ligadas a times de futebol que desejavam ter espaço não apenas para a pratica esportiva, e promover eventos festivos para arrecadarem fundos. Nesses clubes, temáticas de festas dos clubes *elegantes* eram reinventadas pelos mais pobres, como a promoção do concurso de *Miss*

<sup>30</sup> "Entre as diversas atrações da tertúlia do Náutico destaca-se o interessante concurso de Rock'n Roll, no qual tomarão parte diversos aficionados da moderna dança da terra do Tio Sam." MELE. "Ondas do Rádio." *O Povo*. Fortaleza: 21 de janeiro de 1958, p.5.

<sup>31</sup> "Tony's a soverteria elegante da Praia de Iracema (...) todas às noites ali comparecem distintas jovens da nossa sociedade." BAYARD. "Vida Social." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 20 de fevereiro de 1958, p.7.

<sup>32</sup> "Baby Doll é o nome de um pequeno grêmio de jovens de nossa sociedade comandado por Isa Matos. Esse grupinho vem realizando festinhas em vários lugares, tendo já havido reuniões no Country, no bloco de apartamentos do Edifício Jereissati e nas residências dos srs. Zezito Tavares, Wilson Silva e Manoel Porto." Texto citado por Vanius Meton Gadelha Vieira como sendo da jornalista Judith Sendy em sua coluna *Sociedade do Unitário* (sem referência a data mas tratando-se da juventude dos anos 50). VIEIRA, Vanius Meton Gadelha. *Ideal Clube*. História de uma sociedade. Memórias, Documentos, Evocações. Vol 2. Fortaleza: F&N Editora, 2003. p. 131.

<sup>33</sup> "Na tertúlia de sábado passado, no Clube dos Diários, um dos pares mais constantes foi o formado pelo senhor Eurico Fernandes e a srta. Ieda Almeida. Será que deu certo? E a outra?" THAÍS. "Coluna da Thaís." *O Povo*. Fortaleza: 8 de maio de 1959.

*Suburbana*, tertúlias com orquestras (segundo depoimento concedido à pesquisadora pelo Sr. Alberto Damasceno, jornalista *associado* e empresários de jogadores e artistas, havia grande concentração de mulheres porque elas não pagavam enquanto os rapazes tinham de fazê-lo) e eventos que destoavam o glamour dos bailes elegantes que Mirtes Freitas chamou de “improvisados” como churrascos e feijoadas.<sup>34</sup> Ou seja, os filhos de classes sociais menos favorecidas puderam, de certa forma, usufruir o lazer associado à modernidade, que até então só eram vivenciado pelas elites. Lembrando-se que alguns dos clubes mais *elegantes* da cidade, por exemplo, *Ideal Clube*, existiam desde os anos 20, tendo apenas suas sedes reformadas ou reconstruídas em outros locais, com melhor infra-estrutura, nos anos 50, enquanto que os clubes *suburbanos* e *intermediários* só começam a surgir na segunda metade dos anos 40

A julgar pelos artigos de *O Nordeste*, os novos comportamentos da juventude e a postura menos repressora dos pais na educação dos filhos não recebiam aprovação da ala católica. A *nova* juventude era acusada de *sem moral* e *perdida*, enquanto os pais eram tidos como *despreparados*, *irresponsáveis* e *fracos espiritualmente e moralmente*, portanto sem condições ou capacidade para transmitir aos filhos formação religiosa e ética eficiente.<sup>35</sup>

No entanto, duas páginas antes de *O Jornal Feminino* (onde se pode observar bom volume de artigos que apregoavam a necessidade de postura mais tolerante dos pais em relação às filhas), um dos articulistas de *O Jornal* defende abertamente que “não são os ‘play-boys’ nem as ‘girls friends’, nem qualquer desses tontos espécimes de uma humanidade desvairada, os responsáveis diretos por tudo quanto fazem, por tôdas as burradas que cometem”, mas os pais, acusados de ausentes e displicentes permitindo que moços e “até as moças” fiquem soltos, enquanto se preocupam apenas com o trabalho e a satisfação pessoal.<sup>36</sup> Contudo, podia-se também encontrar, no mesmo *O Jornal*, artigo que enumerava os doze mandamentos que os pais modernos precisam seguir para cumprir o dever de “fazer com que seus filhos desenvolvam todas as suas aptidões, não só para a auto satisfação pessoal,

<sup>34</sup> PONTES, Albertina Mirtes de Freitas. *A Cidade dos clubes*. op. cit., pp. 115-127.

<sup>35</sup> FILHO, Pedro Lopes. “Se tudo um pouco: moral familiar.” *O Nordeste*, Fortaleza: 20 de maio de 1959, p.3.

<sup>36</sup> MEDEIROS, Vicente. “Educação e chicote” *O Jornal*. Fortaleza: 5 de agosto de 1958, p.3.

como para que eles melhor sirvam a comunidade a que pertençam". Vejamos alguns itens:

4 – Os pais devem compreender que não somente os colégios contribuem para a educação de seus filhos, mas também todo o processo de vida social circunstante.

5 – Como futuros membros da sociedade adulta, tem os adolescentes direito de ir gradativamente participando, sob orientação dos pais, das formas de vida social circunstante.

8- Os pais não podem furtar, completamente, seus filhos às formas de vida social 'perigosa' cabendo-lhes orientá-los para agir corretamente na participação dos divertimentos comuns prevaletentes no meio em que vivem (...).

10 – Até o início da adolescência, vivem os filhos na quase exclusiva dependência da família, devendo os pais considerar esta ocasião como momento biológico em que os filhos "nascem para a sociedade".

11- os pais devem concordar em ceder, por ocasião da adolescência, parte ponderável de seus direitos perante os filhos, a fim de facilitar sua integração no meio social, que podem chocar-se com os hábitos familiares.<sup>37</sup>

O texto, apesar de não assinado, talvez seja possível identificar de que lugar social parte, porque foi publicado em página escrita por universitários, *A Vida Universitária*, (esporadicamente publicada no *O Jornal*), que por se traser artigos muito específicos das atividades dos centros acadêmicos e do calendário de atividades dos cursos da Universidade Federal do Ceará era, provavelmente, escrita por estudantes da instituição. A defesa de uma educação mais liberal, onde a vivência do jovem não deve ser tolhida, sob pena de que ele no futuro não se torne um adulto completo e maduro, por ter sido protegido em demasia pela família da vida social *perigosa* mas também *educativa*, ainda que não tivesse sido escrita por nenhum dos universitários, certamente fora publicado por se tratar de um texto que expressava a opinião e o desejo de parte desses estudantes.

<sup>37</sup> "Os pais e a sociedade." *O Jornal*. Fortaleza:25-26 de abril de 1959.

## 2.2) 15 anos: o marco da transição.

O momento da convivência entre o feminino e o masculino sempre fora muito aguardado, principalmente até o último quarto do século passado, quando a maioria das escolas ainda recebiam alunos de acordo com o sexo. Meninas em colégios de freiras, meninos sobre a tutela dos padres<sup>38</sup>. Os anos 50, no entanto, acenam para um encontro cada vez mais cedo e intenso, na medida em que a mulher jovem passa a ter mais autonomia para se locomover no espaço público e freqüentar ambientes antes desconhecidos ou improváveis<sup>39</sup>. A precocidade do convívio entre jovens de sexos opostos preocupa os pais, tornando-se tema constante do debate entre analistas e articulistas, que se dedicam a compreender e buscar soluções para os *perigos* da modernidade e os *avanços* da sociabilidade dos jovens<sup>40</sup>. Os casos de *moças de família* enganadas e seduzidas por rapazes, nas páginas policiais<sup>41</sup>, as seguidas crônicas de jornalistas, padres, médicos, pedagogos e psicólogos, incansáveis na missão de alertar para a necessidade da imposição de limites e

<sup>38</sup> As escolas mais freqüentadas pelas jovens da elite cearense, à época, eram: *Colégio Imaculada Conceição*, fundado em 1867, educandário religioso, católico, só para moças, famoso por ter sido o local onde Raquel de Queiróz estudou; *Escola Normal Pedro II*, inaugurado em 1884, dedicado à formação de professoras. Os de maioria ou exclusivamente dedicados aos homens, eram: *Colégio Marista Cearense*, fundado em 1913 por padres diocesanos; *Colégio São Rafael*, fundado nas dependências do *Colégio Imaculada Conceição* no começo do século XX, com o intuito de ser um internato para homens; *Escola Militar do Ceará*, inaugurada em 1889; e o *Liceu do Ceará*, reduto da intelectualidade cearense desde o século XIX. Era comum também que muitos pais enviassem os filhos para outras capitais, ou mesmo o exterior. Encontrei também algumas referências sobre dois colégios famosos na educação de moças, nos quais muitas jovens da alta sociedade cearense estudavam: *Congregação de Notre Dame de Sion* e a *Sociedade do Sacré Coeur de Jésus*, ambos localizados no Rio de Janeiro.

<sup>39</sup> "Em geral, ampliaram-se aos brasileiros as possibilidades de acesso à informação, lazer e consumo. As condições de vida nas cidades diminuíram muitas das distâncias entre homens e mulheres; práticas sociais do namoro à intimidade familiar também sofreram modificações." BASSANEZI, Carla. "Mulheres dos Anos 50." In: DEL PRIORE (org.). *História das Mulheres no Brasil*. op. cit., p. 608.

<sup>40</sup> O poeta, escritor e jornalista cearense José Alcides Pinto descreve o namoro de dois adolescentes num jardim próximo a uma escola. Ele, aparentando 13 anos, ela uns 12, o autor acha o fato inusitado, sublime, mas perigoso. Culpa os pais, o amor, e principalmente, a diretora e a professora da escola particular, que não cumpriram sua missão educadora, mais abrangente que o conteúdo curricular. "Adolescentes" PINTO, Alcides. *O Jornal*. Fortaleza: 22 de julho de 1958, p. 2. (A cidade diária)

<sup>41</sup> O caso mais famoso é o da morte da estudante Aída Cury, ocorrida em Copacabana, até hoje um dos crimes mais comentados e discutidos pela imprensa brasileira. Na época, tanto os jornais locais, como as revistas nacionais (em especial *O Cruzeiro*, onde o jornalista David Nasser levantou inúmeras versões para o misterioso ocorrido), não se cansaram de comentar o fato, tido como resultado das influências maléficas da cultura rebelde, jovem e norte-americana. Tal fato será melhor problematizado no último capítulo.

extremos cuidados dos genitores na criação dos filhos, atravessam toda a década.

No entanto, se a convivência cada vez mais amiúde entre os jovens de sexos opostos preocupa, ela também se apresenta como praticamente irreversível. O jovem moderno não só passa a conviver mais com pessoas da sua idade<sup>42</sup>, como tem a seu dispor novos espaços destinados a essa convivência.

Nesse clima de mudança, o Ideal Clube, o mais elegante clube de lazer da época, realizou, em dezembro de 1951, o primeiro Baile de Debutantes<sup>43</sup> de Fortaleza. São palavras do jornal *O Estado* sobre o acontecimento:

Noticiamos hoje com satisfação um acontecimento social de grande relevância e que constituirá uma notável novidade nos anais da sociedade local. Pela primeira vez teremos em Fortaleza o Baile de Debutantes. (...) Trata-se de um fato inédito entre nós e cuja repercussão será tão grande quanto sóe acontecer nas grandes metrópoles do país: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e outras.<sup>44</sup>

Segundo o mesmo jornal, na ocasião, mais de 20 moças, filhas da mais abastada parcela da sociedade local, se apresentaram no baile. O evento chamou a atenção de vários outros jornais, que não se cansaram de anunciá-lo e noticiar os preparativos. A escolha e apresentação dos pares das debutantes à Dona Marister Carvalho Gentil, organizadora do evento, a confecção dos caros e aguardados vestidos, assim como a competição para escolha da Rainha das Debutantes, foram acompanhadas pela imprensa especializada em exaustão.<sup>45</sup>

<sup>42</sup> “ (...) a adolescência parecia tornar-se mais um universo em si e acentuava-se uma rígida distinção dos papéis sociais por idade (...). Os jovens passavam a maior parte do tempo na escola (...) entre eles e não com os adultos. Contava sobretudo o peso indiferente da interação: não era mais aquela entre os pais e filhos ou entre estudantes e professores que ofereciam significados e ganhos sociais, mas sim a interação entre pares.” PASSERINI, Luisa. “A Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois debates sobre os jovens: A Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 50.” In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Caude (org). *História dos Jovens 2. A época Contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. pp. 354-355.

<sup>43</sup> Costume europeu que se espalhou no Brasil, o Baile de Debutantes tem por finalidade apresentar a moça à comunidade, sendo o ponto de partida da sua vida social. Debutante vem da palavra francesa *debut*, e quer significar “aquela que está começando.”

<sup>44</sup> VIEIRA, Vanius Meton Gadelha. *Ideal Clube*. op. cit., pp. 51-52.

<sup>45</sup> “Ontem à tarde, a reportagem de ‘O Estado’ esteve na residência de d. Marister Carvalho Gentil a fim de colher alguns dados do Baile de Debutantes. Inicialmente soubemos que na próxima sexta-feira, dia 12, haverá em sua casa uma festa íntima durante qual as debutantes



As festas de quinze anos se sagram durante os anos 50, em Fortaleza, como uma das datas mais importantes do calendário festivo das elites, realizados em clubes (Baile das Debutantes) ou realizadas na casa das próprias debutantes. O cronista social cearense Bayard que assinava a coluna *Etiqueta e Vida Social* (de 1959 em diante), no jornal *Correio do Ceará*, ressalta a nova modalidade comemorativa ao elogiar a festa da Srta Vânia Barroso que, segundo ele, vivera a noite dos seus sonhos e apresentado à sociedade sua “inteligência e simpatia desabrochante” na comemoração das 15 “risonhas primaveras”.

Todas as festas de 15 anos têm sempre muita originalidade, tornando essas belas recepções cada vez mais admiradas. São magníficas noitadas que deixam agradáveis reminiscências.<sup>46</sup>

Além de noticiar, com freqüência, as festas de quinze anos mais marcantes quase diariamente nas colunas, Bayard muitas vezes descrevia os rituais, em detalhes, assumindo postura didática de repassar aos leitores todas as etapas e as novas tendências na realização de festas de debutantes, para os que não podem freqüentá-las ou para demonstrar entre os que tinham condições de fazê-las, quão magnífica tinha sido a penúltima e assim, quem sabe, poder realizar uma ainda mais luxuosa e *marcante*.

Nos acordes iniciais da valsa ‘Conto dos Bosques de Viena’ penetram no salão os quatorze pares (damas e cavalheiros), tomam posição de pé, ao lado das colunas. Em seguida, a jovem debutante surge ao lado do seu genitor, chegando ao centro do salão, onde houve a original e interessante troca de sapatos, significando a transição da menina-moça. (...) Após a primeira parte musical, as damas, os cavalheiros, e os inúmeros brotos da nova geração cumprimentaram efusivamente a graciosa aniversariante.<sup>47</sup>

Além de simbolizar ritual de passagem de *menina* para *moça*, a realização de festa de quinze anos era também uma forma elegante de os pais

---

farão a apresentação de seus respectivos pares.” *O Estado*. Fortaleza: 18 de dezembro de 1951. Fonte copiada de VIEIRA, Vanius Meton Gadelha. *Ideal Clube*. op cit., p.51. Modelos: “Os modelos a serem exibidos no 1º baile de Debutantes do Ceará eram segredos de estado.” Geraldo Silveira, colunista da época, sob o pseudônimo de Robert Singerie, relembra a expectativa causada pelo primeiro baile de debutantes. *Revista Ideal Clube* nº 14, de julho de 2001.

<sup>46</sup> BAYARD. “Etiqueta” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 6 de março de 1956, p.8.

<sup>47</sup> \_\_\_\_\_. “Etiqueta” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 7 de janeiro de 1958, p.7.

apresentarem a filha à sociedade. Talvez fosse a primeira experiência da jovem mulher enquanto centro das atenções em evento social. A aniversariante era olhada, admirada, mas também observada na sua postura, no desembaraço social, *finesse* e o trato com os amigos. Por isso, os colunistas ao descrevê-las sempre ressaltam o já “desabrochante” ou “encantador” traquejo social e algumas qualidades da personalidade (simpatia, simplicidade, inteligência), necessárias ao ingresso social

Apesar de não podermos afirmar com convicção a idade exata, propícia à aproximação, conhecimento e envolvimento com o sexo oposto, necessários ao desencadeamento da situação de casamento, é certo que *15 primaveras* é idade de muita recorrência, nas reivindicações das moças que, ao atingirem essa idade, se julgam no direito a determinadas permissões, ou nos parâmetros estabelecidos por *conselheiras* (como Maria Tereza), que costumam utilizar marcos temporais para afirmar *o que já pode, o que não pode mais, e o que não pode ainda*.

### **2.3) Higiene, maquiagem, moda e disciplina corporal: artifícios importantes.**

O rosa natural em unhas bem cuidadas é permissível aos 14 ou 15 anos. Mas quando se chega ao vermelho berrante ou aos tons cintilantes, ou às unhas pontiagudas, bem eu não culparia os brotos, mas, sim, suas mães. A educação de suas filhas nesse caso, é deficiente.<sup>48</sup>

Essa passagem é integrante de mais um artigo da seção *Brotinhos e seus problemas*, em que novamente os alvos do discurso disciplinador são mais as mães que propriamente as filhas. São estas, mais uma vez, as encarregadas de orientar as mocinhas para que saibam escolher bem as *modas* e iniciem adequadamente no uso dos produtos de beleza.

---

<sup>48</sup> “Neste mundo de Hoje: Brotinhos e seus problemas.” *O Jornal*. Fortaleza, 8 de agosto de 1958, p 4. (*O Jornal Feminino*)



*Bambolê combina melhor  
com a vida moderna.  
Experimente!  
Querida/59*

A adoção de hábitos, como o uso de batons e de determinadas cores da vestimenta, para o discurso majoritário da imprensa feminina dos anos 50, deve ser incorporada aos poucos, no dia-a-dia da jovem mulher, seguindo cronologia etária, marcada por diferenciações, que se baseiam principalmente na idade, no estado civil e na estrutura física<sup>49</sup>. A partir disso, estabelece-se diferença entre a fase juvenil, que se caracteriza por ser singela e leve, que, ao longo dos anos, parece tomar aparência mais alegre e ousada<sup>50</sup>, e a fase adulta, que não surge fundamentalmente da chegada a determinada idade, mas após as núpcias, caracterizando-se pela adoção de maior recato e sobriedade na maquiagem, penteado, vestimentas.

As dietas e a prática de ginástica ou do esporte, para manter o corpo esbelto e firme, e higiene regular são cada vez mais recomendadas.<sup>51</sup>

<sup>49</sup> **Idade:** "A maquiagem própria para essa idade consiste no uso de pó de arroz rosado e batom natural. Não se usa nada além disso, quando se tem menos de 15 anos." SÁ. Edda. "Conselho às adolescentes." *Correio do Ceará*. Fortaleza, 22 de junho de 1958, p.8. (No reino da mulher); **Estado Civil:** É de praxe que os modelos exibidos em colunas de moda venham discriminados por adjetivos do tipo: "só para moças", "para mães", "para casadas", etc. Exemplo: "Os indispensáveis vestidinhos: Barbara Bell especial p/ mocinhas. (...)." Já para 'às mulheres menos jovens', Um elegante vestido 'chamisieir' é o mais adequado." "Anúncio da linha Bárbara Bell." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 01 de março de 1958; **Estrutura física:** "Se você é gorda (...) não use os cabelos longos, caídos, que dão ao pescoço, a aparência de mais curto e mais gordo. Levante o penteado e o chapéu. MARULLO. Elza. Gorduras e Cores. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 21 de julho de 1951. p. 24. (Elegância e Beleza)

<sup>50</sup> Com maquiagens coloridas e alegres, envoltas em vestidos de decotes generosos e fendas insinuantes, *As garotas do Alceu* fizeram sucesso nas páginas de *O Cruzeiro*, ao longo dos anos 50 e 60, por inaugurarem na imprensa local a ilustração de jovens brasileiras, em especial as cariocas, inspiradas pelo "modelo ideal da mulher americana: bonita, moderna e um tanto emancipada." JUNIOR. Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil*. Moda Moda e Imprensa – 1933-1980. São Paulo: CLUQ, 2004. op. cit., 2004.

<sup>51</sup> **Dieta Alimentar:** "Manter a linha significa conservar-se esbelta e não emagrecer o mais possível. E para ser esbelta é necessário seguir uma dieta sim." "Medo de Engordar." *O Povo*. Fortaleza, 31 de março de 1958. (O Povo Feminino); **Ginástica e Esporte:** "Faça diariamente exercícios sem pressa, (...) comece os exercícios com moderação: apenas dez minutos. Depois relaxe os músculos e descanse. É bom para o espírito e para o corpo." "Lembrete pra você: A beleza é uma conquista valiosa." *O Jornal*. Fortaleza: 15 de abril de 1959, p. 3. (O Jornal Feminino); **Higiene:** Por mais cremes, loções e perfumes que a mulher moderna use, o principal fator de sua beleza e juventude será sempre a higiene." "Higiene, principal fator da beleza feminina." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 24 de agosto de 1958, p.2. (Gazeta Feminina)

As partes do corpo ou do biótipo, as supostas preferências masculinas e as tendências lançadas por estilistas, principalmente internacionais, reproduzidas por veículos midiáticos, como o cinema e a própria imprensa feminina, são referências mais usuais na definição dos modelos de roupa, cortes de cabelo, tons e cores de maquiagem, entre outros.

As casas de moda apresentarão, na nova estação, uma figura feminina inteiramente nova em suas exibições. Para a primavera – quadris estreitos, estômago liso, pescoço de cisne e cabelos curtos – na realidade, um look à Audrey Hepburn, segundo o jornal *France Soir*.<sup>52</sup>

De maneira geral, na imprensa feminina da época, os artigos de beleza e de vestimenta se legitimam pela intenção, tida como nobre, de ajudar as mais gordas a parecerem magras, as de estatura muito baixa a aparentarem mais altura<sup>53</sup>, as de rosto com características *masculinas* a terem face mais suave, e por fim, as que trazem, nos traços, características étnicas que se aproximem do negro ou do indígena, a se tornarem mais europeizadas e menos *grosseiras*.<sup>54</sup> Vislumbrando-se as propagandas de produtos de beleza e higiene, artigos de moda que remetem a produtos do cotidiano doméstico, pode se observar que os padrões de beleza são centrados nas mulheres brancas, na maioria jovens<sup>55</sup>, ainda que existisse um investimento na prática do bronzeamento da pele com um elemento importante no visual da mulher moderna, desde que feito de forma não abusiva. A pele não deixava de ser branca tendo apenas a tonalidade acentuada. Tais imagens indicam que o alvo da publicidade da época são as consumidoras com características físicas semelhantes, ou seja,

<sup>52</sup> "(Paris – APLA). A moda Parisiense." *O Povo*. Fortaleza: 1 de fevereiro de 1955. (O Povo Feminino)

<sup>53</sup> Alongue sua linha se for gorda e baixa, com vestidos de uma só cor, casacos compridos, cintos estreitos e chapéus pontiagudos. (...) SÁ. Edda. "Moda." *Correio do Ceará*. Fortaleza, 16 de abril de 1959, p.8. (No reino da mulher)

<sup>54</sup> "Um rosto largo demais, de queixo forte ou arredondado, pode ser corrigido por meio de uma maquiagem especial. Aplique *rouge* bem no alto das faces, subindo até as têmporas. Cuidado com as sobrancelhas: quando são finas demais, acentuam a largura do rosto." SÁ. Edda. "Receitas de suco de verdura, truque de cosméticos." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de julho de 1959, p.8. (No reino da mulher)

<sup>55</sup> Não foi possível observar uma em uma só propaganda, uma só ilustração ou modelo de pele negra. Nem mesmo nas que traziam situações que encenavam alguns afazeres domésticos, normalmente desempenhados pela empregada doméstica, como a lavagem de roupa no tanque, ou o preparo da comida.

as mulheres de pele clara e púberes. O menosprezo pelas mulheres de feições indígenas, ou de traços africanos, indica ainda pequeno ou nenhum interesse da indústria de cosméticos da época, em atrair consumidoras que possuam essas características físicas, provavelmente pelo seu pouco poder aquisitivo.

Entretanto, estar sempre diante do espelho e dos outros, com aparência física harmoniosa, era apregoado pela publicidade e pela imprensa feminina como dever de *todas* as mulheres. Excedendo inclusive a aceção de dever para à de direito, uma vez que as mulheres consomem, sem grandes culpas, produtos em benefício apenas da própria vaidade. Dedicar-se à conquista da beleza como forma de melhorar a estima e realizar uma satisfação própria pode estar ao alcance de todas que o desejassem e tivessem dinheiro para pagar.

Você tem o direito de exigir de si mesma toda a beleza que Deus lhe deu, e ainda o de acrescentar, aumentar, fazer sobressair o essencial, se isto estiver de acordo com os seus desejos.<sup>56</sup>

Luisa Passerini identificou que, desde os anos 20, "à nova mulher americana é também exigida uma aparência física particularmente cuidada, segundo uma redefinição do ideal de feminilidade em que a indústria cosmética tem influência determinante, tal como a indústria de vários produtos higiênicos. Também aqui o caráter de massa é anunciado por uma versão do princípio da igualdade de oportunidades e da democratização: todas as mulheres podem aceder à beleza, e nisso se empenharem suficientemente."<sup>57</sup>

No Brasil, a busca da beleza e o culto ao corpo não eram exatamente novidade no cotidiano das mulheres pertencentes às elites, também, nos anos 20, já se havia inteirado dos apelos da indústria de cosméticos das americanas.<sup>58</sup> Todavia, nos anos 50, há consolidação da adoção de novas

<sup>56</sup> "O direito de ser bela." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 2 de Agosto de 1958, p.5. (Gazeta Feminina)

<sup>57</sup> PASSERINI, Luisa. "Mulheres, consumo e cultura de massas." In: *História das mulheres no Ocidente. O século XX*, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998., p. 388.

<sup>58</sup> Ver SCHPUN, Mônica Raisa. *Beleza em jogo*. Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Editora Senac e Boitempo, 1999.

práticas de culto ao corpo, da beleza e da moda, sobretudo pela facilidade em conhecer e adquirir os produtos, em virtude da dimensão que a indústria dos cosméticos toma no Brasil<sup>59</sup>. Uma vez que a beleza deixava de ser *dom natural* para também se tornar resultado de esforço próprio, um direito, ou melhor, um ganho para os que não se enquadravam nos padrões estéticos ideais, o mesmo juízo também pode ser usado como meio de legitimar a obrigatoriedade da beleza, uma vez que a partir de então, não restaria mais nenhuma desculpa.

A mulher tem obrigação de ser bonita. Hoje em dia só é feio quem quer. Essa é a verdade.<sup>60</sup>

Apesar de os jornais locais não serem tão assediados pela indústria de cosméticos como as revistas de circulação nacional (comparando a *O Cruzeiro*, *A Cigarra* e *Manchete*), é possível ver, nos jornais *O Povo*, *Gazeta de Notícias*, *Correio do Ceará* e *O Jornal*, propagandas de batons, perfumes, *shampoos*, cremes, vestidos e sapatos. Nas páginas femininas sempre se podia ler uma notinha sobre lançamento, tendências e precauções no uso desse ou daquele produto. A divulgação dos produtos era ancorada em matérias e artigos que difundiam a necessidade da mulher ter uma aparência jovem e bonita, o que era facilitado pelo surgimento da cosmética industrializada e dos pontos comerciais especializados, em especial, os salões de beleza.<sup>61</sup> Mesmo comum

<sup>59</sup> "(...) a indústria de cosméticos não se instalará definitivamente no Brasil antes das décadas seguintes (especialmente após a Segunda Guerra Mundial). Durante os anos vinte e trinta, o país conta com algumas poucas empresas estrangeiras de perfumes e essências." A afirmação da autora é baseada em informações dadas pessoalmente pela professora Denise Bemuzzi de Santanna. Id. *Ibidem*.

<sup>60</sup> "*O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 25 de outubro de 1958. p. 10.

<sup>61</sup> Em Fortaleza, as mulheres com condições financeiras pra tanto, podiam usufruir de um razoável número de salões de beleza na cidade. "O Charm", salão de beleza moderno bem localizado, continua a merecer a freqüência de nossas senhoras e senhoritas elegantes (...)." AMARAL. Geraldina. "Flagrantes Sociais." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 9 de agosto de 1956, p.5. (Vida Feminina); "SENHORA – Marister instalou novo salão de beleza, a travessa ideal, 136 (...) onde lhe atenderá em seu próprio bairro com eficiência. Especialmente cortes modernos, permanentes, manicures (...)." "Pequenos Anúncios." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de fevereiro de 1959, p.9; "Á tarde de ontem, no quarto andar do vasto 'Edifício Parente' foi inaugurado o vasto e amplo salão de beleza 'Damas Cabeleireiros' (...)." BAYARD. "Vida Social." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de setembro de 1960; "O departamento de beleza Tarcisio Magazin é um dos poucos lugares onde você pode encontrar um pouco de sossego enquanto se torna mais bela." SENDY, Judith. "Sociedade." *Unitário*. Fortaleza: 5 de dezembro de 1958, p.7; "Adrienne Dewolf informa que já reabriu o VOGUE INSTITUTO DE BELEZA, estando atendendo com todo prazer a sua distinta clientela." "Propagandas: Vogue Instituto de Beleza – Aviso." *Unitário*. Fortaleza: 30 de novembro de 1958, p.7.

a divulgação de receitas caseiras, obtidas por combinações de ingredientes da culinária,<sup>62</sup> realizadas em casa pela própria interessada, vê-se claramente, nos textos de propaganda e nos artigos sobre beleza da imprensa feminina, investimento ostensivo na divulgação das vantagens da cosmética industrializada, mais fácil de aplicação, com mais efeitos e principalmente, mais rápida que a caseira.

Anime-se, moça preguiçosa: há maneiras práticas de conquistar a beleza, elegância e simpatia, especialmente criadas para jovens ocupadas (...).

Nunca existiram produtos de maquiagem de tão rápido e fácil aplicação como hoje em dia.<sup>63</sup>

Mais do que informar, fazia-se necessário ensinar os procedimentos dos produtos mais desconhecidos, comuns as propagandas que indicavam para que serve e como usar.<sup>64</sup> Produtos novos e de higiene, ligados à vida moderna, como o absorvente, não tinham os detalhes e procedimentos esclarecidos em anúncios, sendo quase impossível, apenas com as informações veiculadas, saber do que se tratava.<sup>65</sup>

*Instruções para uso do hidratante Antisardina. Quenô/1959.*



<sup>62</sup> “Depois de uma meticulosa limpeza de pele, use uma boa máscara. Bata a clara de um ovo, adicione algumas gotas de limão. Deixe secar sobre o rosto durante vinte minutos. Não ria, não fale. Retire a máscara com um pouco de algodão.” SÁ. Edda. “Beleza.” *Correio do Ceará*. Fortaleza, 22 de setembro de 1959, p.8. (No reino da mulher)

<sup>63</sup> “Salão de Beleza” *O Jornal*, Fortaleza: 19 de novembro de 1958, p. 3;

<sup>64</sup> A marca de produtos de beleza Coty informa às leitoras do jornal *O Povo*, que recebe cartas “com todo prazer” sobre dúvidas no uso de “maquillage”, inteiramente grátis. As cartas deveriam ser remetidas para o seu Departamento de Beleza, localizado no Rio de Janeiro. *O Povo*, 06 de janeiro de 1955, p. 02.

<sup>65</sup> *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 24 de agosto de 1957. (Anúncio publicitário do absorvente *Modess* da Johnson & Johnson.) e *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 17 de novembro de 1956. (Anúncio publicitário do absorvente *Miss* das indústrias York.)

É importante destacar que a indústria de cosméticos não possuía linhas juvenis, diferenciadas ou concomitantes às linhas oferecidas para mulheres adultas, como nos dias atuais. É preciso que fique claro, no entanto, que a aparência jovem era um referencial de beleza consolidado, que devia ser mantida a qualquer custo e o mais longamente possível<sup>66</sup>. O que não se observa, porém, é tentativa de diferenciar os produtos, a partir da idade ou da textura e tonalidade da pele e dos cabelos, mesmo dentro de um mesmo grupo étnico majoritário. Se os produtos não investiam na singularidade, não deixavam, porém, de destacar sua utilidade para as moças e para as senhoras, curiosamente, causando efeitos diferentes em cada faixa etária.



*Anúncio de produtos de beleza nos jornais de Fortaleza nos anos 50.*

*Observação: o batom Romã serve como imã para atrair os homens.*

A propaganda do color-shampoo *Palette*, por exemplo, garantia que *há um segredo de beleza para cada idade*. Na foto de quatro mulheres de gerações diferentes, destaca-se o que o produto pode oferecer a cada uma:

<sup>66</sup> O colunista Lúcio Brasileiro reproduz uma fala, atribuída a uma moça da alta sociedade local, que reforça o temor das mulheres do envelhecimento: "A propósito, talvez pouca gente saiba, mas a bonita Sra. Lourdinha Gentil declarou em uma roda que prefere morrer cedo a ficar velha e enrugada. BRASILEIRO, Lúcio. "Os dez assuntos mais comentados." *O Jornal*. Fortaleza: 31 de julho de 1958.



18 anos – A idade dos primeiros galanteios... da rivalidade com as amiguinhas em assuntos de beleza. Com Palette ela sobressai. Seu cabelo agora tem mais encanto, ganhou uma tonalidade de sonho.

29 anos – Quando adolescente era morena mas, agora, seu cabelo começou a desbotar e aparecem alguns fios brancos. (...)

39 anos – Os inevitáveis cabelos grisalhos eram sua tristeza secreta. Um dia, sua melhor amiga falou-lhe de Palette. O resultado foi melhor do que jamais sonhara: nem sinal de cabelos brancos!

55 anos – Algo em sua fisionomia mudou, sem se perceber o quê, dando-lhe uma aparência mais jovem. (Ela usou uma discreta nuance de Palette).<sup>67</sup>

Os sinais de envelhecimento devem ser ocultados ou minimizados, de modo a garantir uma aparência jovem<sup>68</sup>. É recomendado, porém, que os recursos proporcionem um ar de naturalidade a quem os usassem. Havia a recomendação de que as mulheres andassem pintadas, mas não de forma ostensiva, chamativa ou muito aparente. Os cuidados com a beleza, menos entre as jovens e mais entre as senhoras, tinham-se longe da presença masculina, de preferência, sem que o companheiro ou outras pessoas percebessem que a mulher era excessivamente vaidosa, qualidade que podia denotar personalidade fútil e vazia. O processo de transformação deve ser ocultado o máximo possível, para que não se perdesse o sentido de naturalidade, ou de apenas realce de beleza já existente, imune à suspeita de ser pré-fabricada ou falsa.<sup>69</sup> Porém era consenso que os homens admiravam e se sentiam atraídos pelas mulheres bonitas, sendo, portanto importante que a moça que pretendesse conquistar um marido, usasse esse atributo.

É obrigação de TODA mulher cuidar-se e ser bonita... ou procurar ser. (...). Uma mulher bonita é sempre muito mais agradável de olhar-se e para se conviver que uma desleixada. E não pensem que a vaidade feminina é futilidade. Absolutamente. É necessidade, é

<sup>67</sup> *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 19 de outubro de 1960. p.11.

<sup>68</sup> "Os primeiros fios brancos." *O Cruzeiro*. 11 de fevereiro de 1956, p.89. "Se até o século XIX matronas pesadas e vestidas de negro enfeitavam álbuns de fotografias e retratos a óleo, (...) no século XX, elas tendem a desaparecer da vida pública. Envelhecer começa a ser associado à perda de prestígio e ao afastamento do convívio social." DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher*. Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora SENAC, 2000, p 75.

<sup>69</sup> "O mistério de sua mocidade será mantido e a admiração de seu companheiro perdurará se ele não se vir obrigado a agüentar uma esposa que anda pela casa como se tivesse sofrido um acidente, de tão sobrecarregada de grampos e emplastro." SÁ, Edda. "No reino da mulher." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 31 de julho de 1959, p.8.

instinto para conquistar e conservar o homem amado.<sup>70</sup> (grifos do autor)

A construção do ideal de mulher vaidosa, por parte da publicidade e da imprensa feminina, está associada à intenção de se formar o público de consumidoras, não só para produtos de beleza, mas para artigos de moda. O grande desafio da publicidade foi de transpor, para o imaginário da mulher burguesa o cuidado não só da aparência mas também da sensualidade e da sedução, antes mais associados ao universo das prostitutas.<sup>71</sup>

As *moças casadoiras* não precisam se genuinamente belas, mas devem aparentar ser, aprendendo a disfarçar as imperfeições, realçar os predicados e esconder o que era visto como anormalidades. O corpo feminino, dividiu-se em três partes: silhueta, rosto e cabelos, o cuidado, a disciplina e o trato de cada uma eram essenciais para a composição de conjunto harmonioso, considerado importante aliado da moça na atração do sexo oposto.<sup>72</sup> Destaca-se ainda que as pernas, bem mais que os seios e os quadris, eram consideradas a parte do físico que deve ser mais valorizada pela mulher, pois, em tese, mais atraíam os homens.<sup>73</sup> A fim de atender a finalidade, a maioria das dicas de beleza dos jornais e revistas da época apresentam-se pautadas em gostos masculinos, para se justificar e estabelecerem alguns padrões.

---

<sup>70</sup>“Ser bonita.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 17 de maio de 1959, p.3. (*Gazeta Feminina*)

<sup>71</sup> SILVA, Diocleciana Paula da. *Do recato à moda: Moral e Transgressão na fortaleza dos anos 1920*. Dissertação de Mestrado. Fortaleza: UFC, 2004, 127-131.

<sup>72</sup> “(...) faça o possível para manter uma silhueta impecável, um rosto bem tratado, com os requintes do ‘make up’, os cabelos penteados de acordo com o seu tipo (...)” “Você gosta de ser bonita?” *O Jornal*. Fortaleza: 19 de dezembro de 1958, p.3. ((*O Jornal Feminino*))

<sup>73</sup> Conclui-se observando que nas fotos de corpo inteiro é dado um destaque às pernas que as outras partes do corpo. Os artigos de beleza também enfatizam muito a importância das pernas. Vejamos: “Uma curiosa estatística, elaborada por especialistas em beleza feminina, foi divulgada, recentemente em Hollywood, e de acordo com as pesquisas, então realizadas, os entendidos chegaram à conclusão de que o rosto da mulher representa 30% de seu conjunto total; o corpo, 40% e as pernas, 30% . Assim sendo para que uma mulher possa ultrapassar 70% da beleza que possui, graças a um aspecto e um corpo perfeito, terá que ser dona, forçosamente, de pernas bem torneadas (...)” JANI, Maria. “Estatística Curiosa. *O Jornal*. Fortaleza: 25 de novembro de 1958, p.3. (de Hollywood por via aérea/ *O Jornal Feminino*)

Não é verdade que adorem as magras, tipo manequim. Tire essa idéia da cabeça. Entretanto detestam cordialmente as gordas. Convém manter o peso com que o conheceu.<sup>74</sup>

A enxurrada de mulheres bonitas, sorridentes, de aspecto sedutor, ilustradas repetidamente nesses espaços, ressalta a necessidade da beleza feminina para a conquista do sexo oposto. Não surpreende que as promessas para as compradoras dos produtos anunciados sejam as mais milagrosas e extraordinárias possíveis. Maciez da pele e dos cabelos, brilho permanente dos lábios, sobretudo, a certeza da atração dos olhares masculinos. Sucedem-se, nas propagandas de cosméticos da época, homens belos e embasbacados, de olhos vidrados, rodeando a mulher que usa o baton *Color Fast*<sup>75</sup>, que vinha direto de Hollywood, o perfume (que era *uma carícia inesquecível, de deixar saudade*) *Royal Briar*<sup>76</sup>, ou mesmo um simples sabonete de nome *Gessy*<sup>77</sup>. Cenas que insinuam sedução e encantamento, em que homens, colocados ao redor de mulheres que usam determinado produto, admiram-nas, insinuam beijos e carinhos, ilustrando os efeitos que a beleza feminina pode causar. Não menos raros são os informes que trazem

*Histórias de amor vendem produtos de beleza*  
*O Cruzeiro/ 58*



*Ela estava noiva, mas...*

Um inimigo invisível conspirou contra a realização do seu mais querido ideal. E que nem tudo conspira para o êxito da sua presença.

O banho diário, talco, perfumes, trajar-se bem, saber manter-se, as jóias, não bastam. É preciso tratar de tudo.

Contra a transpiração axilar, por exemplo, somente Odo-ro-ro oferece uma garantia real. É um desodorante de ação rápida e absolutamente inofensivo.

O novo e moderno pote de Odo-ro-ro contém mais. O que ela deve fazer é apenas isto: usar diariamente Odo-ro-ro - o desodorante que não deixa dúvida.

<sup>74</sup> "Educar a mulher." *O Povo*. Fortaleza: 21 de março de 1959, p.10. (O Povo Feminino). No século XX, "não se associa mais o redondo das formas - as 'cheinhas' - à saúde, ao prazer, à pacífica prosperidade burguesa que lhes permitia comer muito, do bom e do melhor. A obesidade começa a tornar-se um critério determinante de feiúra, representando o universo do vulgar, em oposição ao elegante, fino e raro." DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher*. op. cit., p.75

<sup>75</sup> No anúncio do baton *ColorFast*, um dos itens do *make up* completo *Toque Italiano*, até uma estátua de um deus grego retoma vida ao ver um rosto bem maquiado. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 17 de novembro de 1958, p.101.

<sup>76</sup> Um homem beija suavemente o rosto de uma jovem, enquanto lhe toma pela cintura na propaganda do perfume *Royal Briar*. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 13 de outubro de 1956, p. 56.

<sup>77</sup> "Seja mais amada - tornando-se mais linda" era o lema do sabonete *Gessy*. A propaganda trazia ainda o *passo a passo* de uma limpeza fácil com o sabonete anunciado. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 17 de novembro de 1958. (propaganda da contra capa)

historietas de amor, como a da jovem que reconquista o noivo e o leva ao altar, após o uso sistemático do creme desodorante *Odo-ro-no*<sup>78</sup>. Observa-se também que a conquista se dirige sempre a apenas um homem. O estereótipo da mulher fatal que seduz apenas pelo prazer que isso lhe provoca, seja pelo fortalecimento do ego, ou principalmente por pura diversão, não recebe aprovação.<sup>79</sup>

É importante esclarecer que apenas a beleza física, por si só, não compensaria um outro tipo de beleza que não venha exclusivamente do auxílio da cosmética e da ginástica. Era preciso que a *moça casadoira* também não descuidasse da beleza moral. O refinamento dos gestos, o traquejo social, o bom gosto, e personalidade *bondosa* e caráter sólido eram tão ou mais valorizados pelos homens que a própria aparência, segundo o que se podia ler explicitamente nos artigos que indicavam os caminhos para uma conquista amorosa bem sucedida. Era fato que os homens se encantavam pela boa aparência física, sentiam-se atraídos, mas se cansavam com o tempo ou se desencantam facilmente se se apercebessem de que a moça não tinha *conteúdo*. O homem moderno não procurava, na futura esposa, apenas uma mulher bonita e atraente, mas afinidades culturais e intelectuais, que propiciassem companhia agradável e instigante.

A beleza influi em nossos semelhantes, certamente. Porém há duas espécies de beleza, a banal apreciada pelas pessoas pouco cultas e medíocres e a beleza superior exigida pelo homem culto cujo senso artístico e metafísico se sente ofendido pela beleza vulgar. (...)<sup>80</sup>

Ser bonita no fim das contas não é ter formas esculturais isso já passou, não é ter feições perfeitas, não há nada mais profundamente monótono (...). Ser bonita, ser bela, na acepção da palavra eleva e completa desta palavra é possuir a graça misteriosa que prende os que param junto de nós, que atraem os que vão parando ao nosso lado (...). A graça é feita principalmente da inteligência e da bondade.<sup>81</sup>

<sup>78</sup> O *Cruzeiro*: Rio de Janeiro de novembro de 1956, p.84.

<sup>79</sup> "A moça moderna não se torna sedutora para rapazes que não deseja." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 4 de abril de 1956, p.5.(No reino da mulher)

<sup>80</sup> "Às jovens." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 6 de julho de 1958, p. 6. (Gazeta Feminina)

<sup>81</sup> "É preciso ser bela." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 17 de maio de 1959, p.6. (Gazeta Feminina)

Moças espirituosas, com senso de humor apurado, que se vestem com simplicidade sem perder a elegância. Sabem ouvir, são compreensivas, amigas e maduras, conquistam não só respeito e admiração dos homens quando do amor mais *verdadeiro* e duradouro. Até mesmo as que acreditam não reunir, em torno de si, pouca ou nenhuma qualidade física, e se sentem *sem graça* e excluídas dos jogos matrimoniais, por não atraírem qualquer simpatia, podem acabar vencendo essas limitações (e conquistando o casamento) com um pouco de paciência e boa quantidade de otimismo.

Se você é uma garota que num grupo de amigas passa despercebida, porque as outras eclipsam, se você é retraída e fica sempre em segundo plano, possivelmente pense, ao ler isso, que tudo que se escreve é para as que têm sorte. Pois bem, a você, precisamente, quero dizer hoje que o pior que pode fazer é rodear-se desse tipo de pensamento.<sup>82</sup>

No artigo, afirma-se que a *moça* que se acha *feia*<sup>83</sup> (para quem o texto se dirige), descrente de si mesma, não deve pautar-se pelas dicas de sucesso escritas para as jovens de sua idade. Ela não se enquadra nos padrões e, por isso, nada do que é aconselhado faz sentido para ela, na medida em que se julga *feia, sem graça, ou incompreendida*<sup>84</sup>. Ainda que se apontem soluções para acalmá-la e dar-lhe fornecer esperanças, o autor reafirma a sua inaptidão, aconselhando que se assuma, e *não ceda ao jogo de arranjar um rosto maquilado*<sup>85</sup>. Em contrapartida, é-lhe recomendada a dignidade de *não imitar as outras através de gestos, poses ou palavras*<sup>86</sup>. Prender-se a esses *recalques*, como adjetiva o autor, às agruras da feiúra, só traz sofrimentos e tristeza, que tampouco ajudam a superá-los.

Se a conquista da beleza pode ser um caminho árduo para a *moça feia*, não lhe trazendo compensações maiores aos desgastes causados, o

<sup>82</sup> "O verdadeiro amor sempre chega." *O Jornal*. Fortaleza: 2 de agosto de 1958, p.3. (O Jornal Feminino)

<sup>83</sup> "A feiúra, hoje tão universal quanto no passado, não tem história. Tampouco se escreveu a solidão e a dor, suas conseqüências mais imediatas. Há século, os feios servem de bode expiatório a sociedades muito seguras de suas verdades e do discurso de suas elites." DEL PRIORE. *Mary. Corpo a corpo com a mulher*. op. cit., p. 79.

<sup>84</sup> Id. *Ibidem*

<sup>85</sup> Id. *Ibidem*

<sup>86</sup> Id. *Ibidem*

casamento não deve ser abolido dos seus sonhos, pois, mesmo a ela, ainda que bem menos romântico e mágico, um dia poderia se concretizar. Manter a fé e o otimismo; relativizar os protótipos de relacionamento apresentados na *leitura cor-de-rosa* e nos filmes (ambos valorizando o gênero do melodrama, com os romances açucarados entre galãs e divas tidos como de indiscutível beleza<sup>87</sup>); são algumas das indicações que ajudariam a nutrir e renovar as esperanças de que o amor um dia será possível, mesmo para aquelas que se julgam distantes e incapazes de poder conquistá-lo.

Apesar do apelo nítido ao valor da beleza, na atração do sexo oposto, o discurso busca angariar todas as mulheres, inclusive as que fogem à norma, as que se achavam feias, estavam *passadas da idade*<sup>88</sup>, *cheias de banhas* ou eram *sem graça*. Se os artifícios e as máscaras da beleza se tornassem ineficazes, outros truques podiam ser utilizados para que a amarga solidão não se abatesse sobre os seres menos afortunados. A valorização da personalidade e do caráter enquanto atributos de igual valor no mercado matrimonial, minimiza, os complexos menos afortunadas. Entretanto esse caminho, mesmo que possível é sempre mais triste e incerto do que para aquelas que, apesar de feias, procuram vencer limitação com a adoção de doutrina alimentar, pratica de exercícios físicos, camuflagem proporcionada pela maquiagem bem feita e roupa correta.

Gilles Liposvetsky critica leituras tradicionais, sobretudo feministas, que justificam o culto da beleza feminina na modernidade, principalmente no que concerne à exigência da magreza e da manutenção da juventude, como “o último meio de recompor a hierarquia tradicional dos sexos, ‘recolocar as mulheres em seu lugar’, de reinstalá-las em uma condição de seres que existem mais por seu parecer que por seu ‘fazer’ social”, detendo a progressão social das mulheres e substituindo a prisão doméstica pela prisão estética, como interpretação, no mínimo, equivocada. Segundo o autor, a dinâmica da modernidade se baseia na agilidade, no movimento, em detrimento da inércia e

<sup>87</sup> “Ao contrário do teatro, portanto, a beleza pode revelar-se simultaneamente necessária e suficiente para o ator de cinema. No cinema, *a beleza é atriz* (...). É exatamente aqui, quando se opera a destruição do ator e a exaltação máxima das personagens, que a estrela só precisa cultivar sua beleza, adquirir um porte superior e conservar sua personalidade semítica.” MORIN, Edgar. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. p. 92

<sup>88</sup> A ser visto num tópico adiante.

do sedentarismo, (estamos falando sobretudo do universo das elites), o que já nos remete à valorização e necessidade de corpos magros e jovens, em detrimento, dos corpos pesados e corpulentos, associados ao ócio e à lentidão do início da Renascença. Dinâmica inclusive que pode ser verificada pelas transformações que arte moderna, passou no último século, com a estética predominante da “linha”, do *desing* simplificado, sem exageros e retos. Assim, “a beleza-magra exprime mais o triunfo da estética ‘mínima’ da arte democrática do século XX do que uma política machista”. Acrescenta ainda que a busca pela esbeltez e a juventude entre as mulheres se aproxima muito mais do desejo de autodomínio, sucesso e emancipação do que do cultivo de corpos arredondados que remetiam a mulher à fecundidade e ao prazer sexual.<sup>89</sup>

Gérard Vicent, concordando com os argumentos de Pierre Bourdieu, afirma que a obsessão pelo culto ao corpo, no século XX, é fruto da necessidade das classes dominantes se diferenciar das camadas mais populares, especialmente, no que se refere à imposição da “estética da magreza”, difundida pelos veículos midiáticos como sendo exemplar e saudável, mas de difícil aquisição. Dicotomia usada como alegação da associação da conquista da beleza ao sacrifício, resultando na obrigação de não medir recursos financeiros e tempo para garantir estar dentro dos padrões. Os que não se aproximam da nova estética, são considerados preguiçosos e incompetentes.<sup>90</sup>

Antoine Prost aponta também outra causa para a exacerbação do culto ao corpo e da necessidade de se garantir a beleza: seria fruto da crescente exposição do corpo feminino ao longo do século. O maior deslocamento da mulher do lar para o espaço público, a diminuição constante das roupas femininas, assim como a introdução do hábito de se tomar banho de mar e de

---

<sup>89</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher*. Permanência e Revolução do feminino. trad: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, pp. 135-139.

<sup>90</sup> VICENT, Gérard. *Um história do segredo?*. In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das Mulheres no Ocidente*. op. cit, pp. 209-212

piscina, podem ser apontados como causas da nova preocupação com o físico feminino,<sup>91</sup> argumento também é aceito por Gilles Liposvetsky:

É preciso sublinhar a esse respeito o importante papel desempenhado pela promoção das atividades de praia e de lazer, o desenvolvimento dos esportes, o desnudamento do corpo (short, biquíni, monoquíni), as transformações da moda dos anos 20 e, depois, dos anos 60: vestidos retos, uso da calça, saias curtas descobrindo as pernas e as coxas, roupas justas. Todas essas mudanças têm em comum o fato de terem contribuído para valorizar o corpo móvel, magro e jovem; elas desqualificaram as marcas da inércia, do sedentarismo feminino, de que a corpulência era uma das expressões.<sup>92</sup>

Luciana Rosar Fornazari lembra que o costume de freqüentar a praia e tomar banhos de sol era recomendado, pela imprensa feminina no Brasil, não só pelas implicações estéticas e de saúde. O sol, segundo a publicidade da época, tinha o poder de fornecer ao corpo uma espécie de barreira a inúmeras enfermidades, como também pelo visual moderno e de aspecto tropical que acarretava aqueles que se empunham aos seus raios. Acessórios como chapéus, óleos de bronzear, óculos escuros são cada vez mais propagados pela indústria de cosméticos e vestuário, tornando-se os objetos de consumo que simbolizam novo hábito de lazer das elites e também das camadas médias.<sup>93</sup> Os bronzeados reluzentes tornam as peles femininas mais charmosas, diferenciando as garotas mais modernas das *sem vida*, que não freqüentavam as praias e piscinas<sup>94</sup>. A pele branca, mas *queimadinha do sol*, diversamente da alva e pálida, que fizera sucesso até as primeiras décadas do

<sup>91</sup> Para saber mais, ler o subcapítulo "A família e o indivíduo." PROST. Antonie. *Fronteiras e espaços do privado*. In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das Mulheres no Ocidente*. op. cit., pp. 13-152.

<sup>92</sup> LIPOVETSKY. Gilles. *A terceira mulher*. Permanência e Revolução do feminino. op. cit., p.137

<sup>93</sup> **Bronzeador:** "Exponha-se ao sol, divirta-se sem receio de queimaduras, protegendo sua pele com Loção para bronzear Williams." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 11 de fevereiro de 1956. p.80. (anúncio publicitário). **Óculos escuros:** "O pudor de usar óculos escuros vai desaparecendo. E as lentes coloridas, não só corretivas da vista, nos protegem no verão e no inverno de raios ultravioletas e infravermelhos. (...) O uso dos óculos diante de estranhos não é mais causa de embaraço." SA, Edda. "A moda dos óculos escuros." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 22 de julho de 1959. (No reino da mulher)

<sup>94</sup> No imaginário brasileiro da época, as garotas cariocas faziam sucesso por serem mais atrevidas, ousadas e, principalmente, freqüentadoras assíduas das praias. O Calçadão de Copacabana, e depois Ipanema, onde moças de biquíni desfilam soberanas ao balanço das ondas do mar, serviram de modelo simbólico e arquitetônico a ser copiado posteriormente por outras cidades litorâneas. Ex: Beira-Mar em Fortaleza, Boa Viagem em Recife.



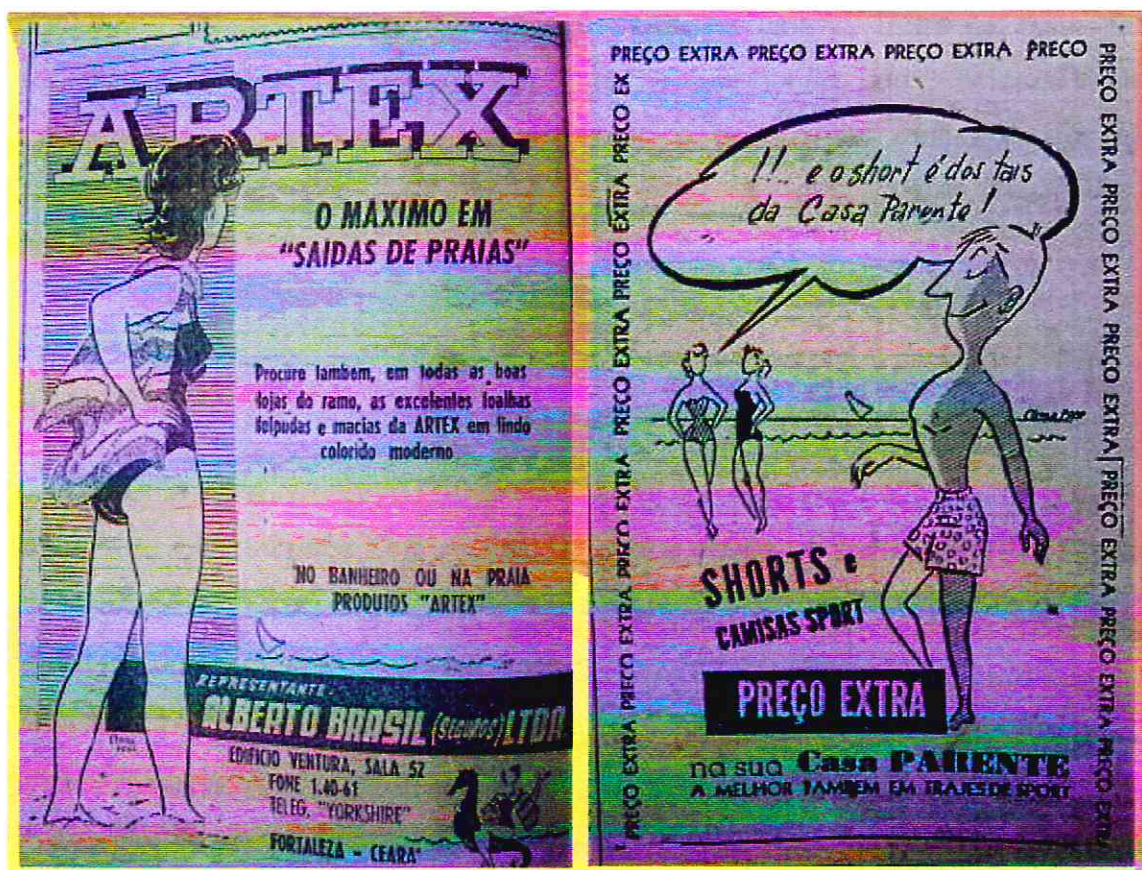
século XX, aos poucos, se torna referencial de beleza feminina.

Luciana Fornazari também afirma que a pele morena deixa de ser associada ao trabalho denso exercido pelas camadas populares, para se tornar indício da prática do lazer e do esporte. A conquista de leis trabalhistas que garantiram o direito a um mês de descanso anual e ao décimo terceiro, no período da ditadura varguista, teriam introduzido entre as classes médias a palavra *férias*. Ir a praia passou a ser um hábito considerado saudável e recomendado pelos médicos, assim como uma prática de lazer sofisticada e igualmente recomendada pelos meios de comunicação de massa. O valor simbólico dos novos hábitos de se tomar banho de sol, na praia e posteriormente na piscina, passa a ser indício de que quem os pratica dispõe de tempo livre e dinheiro suficiente para se dar ao direito de se expor folgadoamente ao sol com regularidade.

Gisafran Jucá ressalta que, no litoral cearense, havia clara distinção na ocupação e no uso dos espaços litorâneos pelas diferentes classes sociais. Ao longo da orla mais privilegiada, a ocupação imobiliária se efetuou pelos clubes de lazer e esporte e casas de veraneio, enquanto as praias mais populares, são tomadas por bares e zonas de prostituição.<sup>95</sup> Nas páginas de *O Cruzeiro*, a ocupação, nos fins de semana e nas férias das praias do Sul e do Nordeste, e sobretudo da orla marítima carioca, era tema de corriqueiras reportagens. No entanto, enquanto as praias, como Copacabana e Ipanema eram ilustradas por fotos de jovens mulheres, sorridentes, exibindo seus corpos perfeitos em coloridos maiôs e biquínis, e rapazes altivos praticando esportes, as praias populares, como a Praia de Ramos, na zona norte do Rio de Janeiro, eram ilustradas por fotos de mulheres *gordas*, velhos, pessoas trajadas com roupas de uso diário, ou com acessórios tidos como ridículos, como touca para não molhar os cabelos.<sup>96</sup>

<sup>95</sup> JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza. (1945-1960)*. São Paulo: Annablume, 2003, pp. 140-143.

<sup>96</sup> FORNAZARI, Luciana Rosa. *Gênero em Revista: Imagens modernas de homens e mulheres na revista O Cruzeiro do segundo pós-guerra*, op. cit., pp. 45-49.



*Propagandas de artigos e roupas para uso na praia se tornam comuns nos jornais de Fortaleza. Propagandas da Artex e da Casa Parente.*

Na imprensa de Fortaleza, as imagens do cotidiano das praias locais não são muito comuns. No entanto, foi possível averiguar, por exemplo, que o uso de biquínis (*maiôs de duas peças*) começa a surgir, mas os maiôs ainda são maioria absoluta<sup>97</sup> (moças com esse traje eram recorrentes nas capas dos jornais cearenses da época<sup>98</sup>, inclusive moças pertencentes ao *society*). Vale ressaltar que os maiôs cobriam quase por completo as nádegas, que dificilmente apareciam em fotografias. Entretanto, no que se refere aos cuidados com o físico, o apreço pelos tratamentos estéticos, artigos e produtos da indústria cosmética e da moda eram muito apreciados pelas mulheres das camadas média e alta, uma vez que, ao longo da década, são comuns anúncios publicitários sobre tais artigos, nos jornais, assim como centros

<sup>97</sup> Chega-se a essa conclusão, depois de observarmos algumas fotos de mulheres da época, presentes em livros de memorialistas, e reproduzidas nos jornais estudados.

<sup>98</sup> Com exceção do católico *O Nordeste* e dos comunistas *O Democrata* e *O Diário do Povo*.

dedicados especialmente à beleza e à moda na cidade. Entre os colunistas sociais, a beleza de algumas damas e senhoritas da sociedade era freqüentemente reverenciada, assim como o oposto. As mulheres do *high society* eram cobradas pelos colunistas a estarem sempre belas, elegantes e em boa forma física.

Determinada mocinha parece que não tem senso de elegância, pois, outro dia, às dez horas da manhã, fazia compras vestida como se fosse para uma festa (...) <sup>99</sup>

Luiziane Gurgel Bastos, que é muito bonita como se diz nas colunas sociais, precisa emagrecer um pouco para manter a forma. <sup>100</sup>

Na contramão dos discursos que ressaltam a importância dos cuidados com o corpo e do uso da maquiagem para a mulher moderna, os articulistas do *O Nordeste*, os mais ferrenhos opositores, insistem que as verdadeiras virtudes da mulher são o espírito e a conduta moral, que estavam a ponto de ser corroídos pela inversão de valores apregoada pela *modernidade*.

A mulher então, lançada como borboleta sobre focos de luzes, estonteou-se completamente. pra ela, o que vale são as sublimações falsificadas dos triunfos da carne da beleza (...). Precisamos olhar para as gerações, que já parecem não ter pais ou mestres e se entregam totalmente à moral do prazer, em vez de realizar a moral do dever <sup>101</sup>.

Contudo, mesmo na imprensa feminina, havia os que discordavam da obrigatoriedade e de recomendações feitas para que as mulheres obtivessem a beleza, ou, pelo menos, tentavam minimizar essas orientações.

<sup>99</sup> THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 23 de abril de 1959, p.11.

<sup>100</sup> THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 26 de fevereiro de 1959, p.11.

<sup>101</sup> *Nordeste*. Fortaleza: 18 de fevereiro de 1957, p. 3 e 4. Segundo Mary Del Priore, essa postura repressora da imprensa em relação ao uso de cosméticos é bem mais antiga, remontando até o século XVII: "Apesar de tantas advertências, a mulher, sempre quis ser bonita ou fazer-se bela. Se a igreja não permitia tal investimento, a cultura lhe incentivava a forjar meios para transformar-se. Os dispositivos de embelezamento, assim como o cortejo de sonhos e ilusões que os acompanhava, eram de conhecimento geral." DEL PRIORE, Mary. *Corpo a Corpo com a mulher*. op. cit., 2000. p. 29.

Vida de moça, meu amigo, não é assim tão folgada quanto você pensa. Mesmo que não exista uma casa pra cuidar, uns meninos pra vestir e dar “de comer” como o povo mesmo diz. (...) Há obrigações de beleza e isso pra mulher é essencial, você sabe. A concorrência neste setor é cada dia maior e quem não se enfeita por si se enjeita. (...) Pois bem, dormir oito horas no mínimo (...) Depois tem que escovar o cabelo. Sabe lá o que são cem escovadelas vagarosas pela manhã e à noite? Uma meia hora de ginástica para conversar a linha. Isto também é importante. Banho de sol e esporte. Não vá me dizer que não acha bonito ver uma moça bronzeada (...) Depois ler os jornais. É outra obrigação que se tornou feminina. (...) Agora junte a isto visita à manicure, ao cabeleireiro, novena de Santo Antônio, estudo quando se estuda, trabalho quando se trabalha e ainda o clássico “expediente” à noite quando se tem namorado.<sup>102</sup>

Apesar das opiniões mais irônicas e discrepantes, em relação à abordagem de parte da imprensa feminina da época, que insistia na necessidade de se dedicar tempo aos cuidados com a estética fácil e corporal, saber que o texto assinado por mulher local dá-nos relativa dimensão da penetração da imprensa feminina na comunidade feminina e leitora da época. Afora isso, podemos perceber também que diferente de Maria Tereza, Cybele, por exemplo, defende o trabalho feminino, denuncia o ridículo do *society* local ao incorporar às suas práticas qualquer modismo. Entretanto a mesma Cybele condena moças que assumam, com vigor, o discurso feminista, ou as mulheres que não se preocupam em aprender a cozinhar melhor, mais saudavelmente e mais rápido, em cursos trazidos até Fortaleza, por empresas como a *Walita*.<sup>103</sup>

O advogado e jornalista cearense Pádua Barroso, em tom cínico criticou, com veemência, os que se opõem à nova beleza feminina “por obra e graça dos cosméticos divinos”, se todos eram conhecedores de que o desejo das moças, independente dos sonhos românticos, é apenas de se casar, se possível, com homem de posses. Então, por que não usam de tudo que lhes é favorável, inclusive a beleza, para conquistar seu intuito? Para tanto, Pádua

<sup>102</sup> CYBELE. “Vida de Moça.” *O Povo*. Fortaleza: 25 de fevereiro de 1958. (O Povo Feminino)

<sup>103</sup> **Defesa do trabalho feminino:** CYBELE. “Curso Noturno.” *O Povo*. Fortaleza: 28 de janeiro de 1958, p. 11. (O Povo Feminino); **Crítica ao mimetismo do society:** CYBELE. “O Society, moda-saco e São Luiz.” *O Povo*. Fortaleza: 28 de abril de 1958. (O Povo Feminino) **Crítica às feministas:** CYBELE. “Feminina ou feminista?.” *O Povo*. Fortaleza: 31 de março de 1958. (O Povo Feminino); **Sobre o curso oferecido por Walita:** CYBELE. “Culinária Gratuita.” *O Povo*. Fortaleza: 28 de janeiro de 1958, p. 11. (O Povo Feminino)

Barroso chega a aconselhar que as moças não reneguem o sonho, e sim, tomem bastante ciência dele e usem de suas estratégias e artimanhas de conquista, o quanto antes possível, para que não fiquem para “titias”. Para ajudar, aponta estratégia que considera infalível: que as moças “logo cedo, dediquem-se a um rapaz bom e de futuro, e se dêem aos livros, à arte e ao trabalho, aos dezesseis anos, pois é quando a mulher alcança o ápice da beleza física; aí o indivíduo fica fisgado”, é só tempo de feijão verde..., vocês chegam à fase de decadência e a vítima nem percebe...”, casam-se sem “palhaçadas”, “barulho” ou grandes “sacrifícios”.<sup>104</sup>

#### 2.4) Amores verdadeiros, amores falaciosos: como identificá-los.

As fotonovelas foram um dos segmentos da imprensa feminina da década de 50 de mais sucesso. Surgida na Itália, depois da Segunda Guerra, a revista *Grande Hotel* inaugura o gênero, que combina literatura romântica com técnicas de cinema, ilustração e fotografia. Em pequenos quadros, a princípio, ilustrados e posteriormente fotografados, são contadas breves histórias de amor por meio de diálogos de fácil compreensão, acoplados às imagens que seqüencialmente vão representando a narração.<sup>105</sup>

*Encontros Proibidos*<sup>106</sup> foi publicada por *O Povo*, 8 dias seguidos, contando a história de Leila, garota norte-americana, jovem e bela, moradora de Westwille, que mantinha namoro secreto com Perry Stevens, já que os pais, especialmente a mãe, sonhavam casá-la com Johnny Beumont, o melhor *partido* da cidade. Em visita preparada pela mãe para tentar promover o relacionamento entre Johnny e Leila, esta, honestamente, revela, ao novo pretendente, que já está apaixonada por outro rapaz.

Johnny aceita ajudar Leila a se encontrar com Perry, mesmo sentindo forte atração por ela, pois percebe que, diferentemente de outras garotas, não é mera caçadora de maridos. Com o tempo, Perry se mostra incomodado com a

<sup>104</sup> BARROSO, Pádua. *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 6 de setembro de 1953, p. 3.

<sup>105</sup> PASSERINI, Luisa. “Mulheres, criação e representação.” In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das Mulheres no Ocidente*. op. cit., p. 308-309.

<sup>106</sup> “Encontros Proibidos.” *O Povo*. Fortaleza: 15 a 22 de janeiro de 1955.

aproximação de Johnny e Leila, proveniente do primeiro buscar e levar Leila para casa alguns dias na semana, a fim de que os pais pensem que namoram. Mesmo com algumas discussões, temendo perdê-la, Perry confessa estar completamente apaixonado e lhe dá beijo ardente. Diante da declaração, Leila sugere que se casem, para que não tenham mais que se esconder. Perry, no entanto, recusa a proposta, alegando não ter condições financeiras. Leila, o acusa de insensível, e o compara com Johnny, que, em situação semelhante, jamais hesitaria em se casar com a mulher que ama.

Decepcionada com Perry, Leila pede consolo e conselhos a Johnny, que, diante da situação, revela seu amor, beijando-a com pedido em casamento. Abalada pelo beijo e confusa com a recusa de Perry, vê-se obrigada a resolver a situação amorosa, decidindo com qual dos dois pretendentes quer ficar.

O dilema de Leila é um dos temas mais constantes dos artigos voltados à jovem solteira da época: como uma moça pode identificar a dimensão e a veracidade do afeto que sente pelo rapaz? A necessidade de total segurança dos sentimentos fazia-se imprescindível para a decisão de se casar, uma vez que o *amor* é condição primária e insubstituível, como também garantia, ainda que hipotética, para o sucesso da união, que não pode jamais ser desfeita.<sup>107</sup>

Como a escolha do parceiro é definitiva, prescreviam-se às jovens alguns cuidados, nesses períodos, para que fossem realmente aproveitados como testes de convivência, de averiguação sentimental e, finalmente, de consolidação da conquista. O amor romântico, porém, segundo o discurso da imprensa feminina, nos anos 50, não deve ser um sentimento incoseqüente ou irresponsável, mas ajustado a valores e normas necessários para sua plenitude, criando-se assim a idéia do *verdadeiro amor* e do *amor sadio*. Este último preserva a moça (depois, a esposa) de vergonhas públicas como ser *largada à beira do altar*, tornar-se *mãe solteira* ou *desquitada*. O limiar que os separavam da vivência do amor romântico (a bênção e a perdição), era tênue e instável, quase imperceptível.

---

<sup>107</sup> A lei do divórcio foi aprovada no Brasil somente em 28 de junho 1977. Já existia, porém, o desquite, que oficializava a separação de um casal, mas não dissolvia os vínculos matrimoniais nem permitia uma nova união reconhecida por lei.

Quando andarem à caça do amor... procurem o verdadeiro. Pensem em que na vida matrimonial abre-se uma janela à vida e enxerga-se a primavera... outras vezes, encontra-se o verão sufocante e, em algumas ocasiões, encontra-se a melancolia de outono.<sup>108</sup>

Cientes e convencidos das duas faces do amor, ora redentor, ora degradante, os textos da imprensa feminina da época buscavam insistentemente ajudar as *moças casadoiras* na difícil missão de diferenciarem o *amor verdadeiro* da *reles ilusão*. Conhecida por *atração* ou *paixão*, essa ilusão representava falsa sensação de amor, tão deliciosamente arrebatadora, quanto passageira e perigosamente inconseqüente:

Possivelmente você encontre em seu caminho homens nos quais acredite porque a atraem, ou por sua força física, ou por sua força intelectual. Qualquer desses motivos é suficientemente, mas não confunda amor com simples atração. São duas coisas muito diferentes. Uma, é para toda vida; outra vai-se depressa como veio... Quando não tiver muita certeza, não apresse as coisas.<sup>109</sup>

As probabilidades de uma *moça casadoira*, em direção ao matrimônio, encontrar rapazes que, apesar de uma primeira impressão favorável, depois sejam *más* escolhas, podem ser inúmeras. No entanto, essa possibilidade não implicava que as moças pudessem trocar de namorados quanto quisessem, até se sentirem seguras. Principalmente porque a moça só devia iniciar relacionamento afetivo, se nutrisse algum sentimento pelo rapaz, o comportamento contrário era tido como *leviandade*. O mesmo era apregoado aos rapazes, que não deviam se apresentar sedutores apenas para reafirmar as suas potencialidades viris, sem que, tivessem qualquer intenção mais *séria*, atitude considerada menor, de *cafajestes*.

Um rapaz educado deve ter o máximo de cuidado em não criar situações pouco claras com as suas amiguinhas, evitando que essas moças que são boas companheiras possam alimentar ilusões

---

<sup>108</sup> "É o amor: meu bem quando será o nosso casamento?." *O Jornal*, Fortaleza: 19 de dezembro de 1958, p. 3. (O Jornal Feminino)

<sup>109</sup> "É o amor: A felicidade dos dois." *O Jornal*. Fortaleza: 6 de agosto de 1958, p. 3. (O Jornal Feminino)

sentimentais. Da mesma maneira a moça moderna não se torna sedutora para os rapazes que ela não deseja.<sup>110</sup>

Quase todas as moças são suficientemente inteligentes para perceber quando começa esta situação (um rapaz deixa de sentir apenas amizade por uma moça). Se não querem estimular os amigos, devem adotar uma tática muito diplomática de afastamento. Mas é necessário lembrar que constitui uma crueldade uma mulher transformar-se em colecionadora de propostas matrimoniais. (parêntese meu)<sup>111</sup>

Apesar da necessidade de as moças reconhecerem, o quanto antes, veracidade dos sentimentos (muitas vezes oferecidos até mecanismos mais técnicos de averiguação, como dos testes psicológicos, que podiam apontar, por meio de cores que o namorado gosta que tipo de marido seria no futuro, apenas um exemplo dentre tantos outros<sup>112</sup>), e as reais intenções dos rapazes que as cortejavam, o receio de não se casar em tempo hábil podia levar muitas jovens a se precipitar e subir ao altar, sem de fato amar o futuro marido, isto é, apenas para garantir a realização do casamento, ato considerado inescrupuloso e totalmente condenável, extremamente *triste* quando fruto da inexperiência e de sentimentos falsamente intensos.<sup>113</sup> O inverso, ou seja, rapazes que namoram, por muitos anos, sem concretizarem o casamento, também não era ato digno: o passar dos anos poderia diminuir em muito as chances da moça conquistar novo pretendente.<sup>114</sup>

Para ser imune aos rapazes *cajastes*, a *moça casadoira* não deve se deixar enganar por *palavras doces*, gentilezas, ou se entusiasmar, de imediato, com a aproximação do rapaz, aceitando a corte, apenas pelo receio de que novo interessado não haja.

<sup>110</sup> "Etiqueta Moderna" *Correio do Ceará*. Fortaleza: 4 de abril de 1956, p.5. (Vida Feminina:)

<sup>111</sup> VANDERBILT, Amy. "Os adolescentes e os encontros." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 3 de julho de 1956. (Etiqueta)

<sup>112</sup> "Por este teste você poderá conhecer também as opiniões e o caráter "dele", basta saber qual a sua côr preferida.." "Um teste para você: O amor e as cores." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 22 de setembro de 1958, p.5. (Gazeta Feminina)

<sup>113</sup> MARIA TEREZA. "Recuperando o Passado." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 2 de novembro de 1957, p. 100. (Da mulher para a mulher)

<sup>114</sup> "Mesmo quando o rapaz não está em condições de casar-se imediatamente, ainda assim pode dizer à moça quais são os seus planos para o futuro. (...) Mas o que não é decente é namorar uma moça por muito tempo, roubando-lhe talvez oportunidades melhores (...)." Maria Teresa. *O Cruzeiro*. "Da mulher para a mulher: Senso de Humor." Rio de Janeiro: *O Cruzeiro*, 4 de fevereiro de 1956, p. 57.



É perfeitamente correto que jovens compareçam a reuniões em companhia de rapazes da mesma idade, o que não implica, nem remotamente, em outro interesse que o emanado da camaradagem, da amizade, e do desejo de passarem alguns momentos divertidos.

Se você é jovem e solteira, evite namorar o primeiro pretendente que lhe aparecer, pelo simples fato de ser o primeiro. Não se esqueça de que escolhendo com bom senso seu coração poderá alcançar a verdadeira felicidade.<sup>115</sup>

As moças que ansiosas por relacionamentos sinceros e duradouros, precisavam se valorizar no mercado matrimonial, pois os rapazes não se interessavam pelas conquistadas com facilidade, nem pelas que cediam às investidas do primeiro ou deixassem que durante no namoro, as carícias fossem além da *decência*. As que insidiam nessas *faltas* eram punidas com a fama de *mal faladas* e somente com muito sacrifício recuperavam o *valor* perdido e novos pretendes, que não repetissem a postura *cafajeste* do anterior. Amy Vanderbilt se solidariza com a jovem estudante de *Long Beach*, que adquiriu má no ginásio, após se envolver com rapaz do terceiro ano. A leitora:

Tenho 15 anos e estou no segundo ano do ginásio. Certamente não é difícil adquirir má reputação no Ginásio e isto aconteceu comigo. Saí com um rapaz do terceiro ano e nos beijamos algumas vezes, não tendo o encontro passado disso. Alguns dias depois, corriam rumores de toda espécie a meu respeito. Ao que parece, o rapaz queria exhibir-se, e agora todos fazem má idéia a meu respeito, e todos os rapazes sérios que conheço não querem saber de mim. E, o que é pior, todos os levianos procuram namorar-me. (...) Devo fazer com que o rapaz que espalhou os rumores diga que mentiu a meu respeito? Ou será melhor que meu irmão de 16 anos diga isso a ele? (...)<sup>116</sup>

A resposta de Amy Vanderbilt:

---

<sup>115</sup> "Bom Tom." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 11 de janeiro de 1959, p.3. (Gazeta Feminina)

<sup>116</sup> VANDERBILT, Amy. "Etiqueta: Adolescentes." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 11 de setembro de 1956.

É difícil na sua idade, fazer julgamento adequado sobre o sexo oposto. Evite esse rapaz e os amigos dele. Seu irmão deve dizer-lhe para não falar mais de você ou suas amigas.<sup>117</sup>

O irmão, assume o papel de defensor da honra da moça, na medida em que sua intervenção, tem resultado mais contundente, pela equidade de gênero. No entanto, longe da segurança e da proteção dos homens da família, a *moça casadoira* não devia descuidar da honra. Era preciso que fosse, sobretudo, *esperta*, procurando se acercar de informações sobre o rapaz,<sup>118</sup> e saber ditar os limites nas trocas de carinhos, até a união definitiva. Sem que com isso os rapazes não se cansassem de esperar até noite de núpcias. As *moças espertas* seduziam os rapazes e os mantinham *fisgados*, fazendo parecer que eles o tinham feito e não o inverso, colocando-se sempre na condição de superioridade diante deles. Usando-o artifício do falso ou dúbio interesse (elas nunca deviam procurar os homens), podiam, de alguma forma, manter os namorados sempre em busca da certeza de que, de fato, eram amados, ao mesmo tempo em que jogavam com a sensualidade, a beleza e a cumplicidade como meio de os deixarem sempre encantados. Se a moça não tinha o direito de expor (pelo menos, não era aconselhada que o fizesse), de forma direta, seus desejos e angústias, também não precisava se expor à servilidade e altruísmo desmesurado, diante do homem amado. Deviam sim usar de algumas estratégias para criar, nos rapazes, a sensação de que eram dependentes do relacionamento afetivo e não o inverso. As sete armas de conquista foram ensinadas por Linda Cristian, “uma das mulheres que tem inspirado o amor dos maiores partidos matrimoniais”:

- 1 – Nunca lhe telefone espere seu telefonema.
- 2 – Não lhe satisfaça todas as vontades.
- 3 – Não fale de si própria.

<sup>117</sup> Id. Ibidem.

<sup>118</sup> “Lembre-se que namorar um rapaz não significa escrever-lhes bilhetes apaixonados, telefonar-lhe todos os dias ou a cada encontro dizer-lhe que o ama. Você o namora há três meses, mas sabe realmente alguma coisa a seu respeito? Quem é ele? Suas ambições? Sua família? Ele quer ser engenheiro... ator, desportista, fazendeiro, aviador ou seja lá o que ele for? Se não aprova sua escolha nem se interessava pelos seus planos, o melhor será dizer adeus, «Vaya com Dios», e termina tudo de uma vez.” “Brotinhos e seu problemas: O que fazer quando seu namorado começa a olhar pra outra...” *O Jornal*: Fortaleza: 25 de novembro de 1958. p.3. (O Jornal Feminino)

- 4 – Demonstre o maior interesse por tudo que lhe interessa
- 5 – Evite tomar atitudes de 'vamp'.
- 6 – Evite forçar ou estimular os sentimentos dele
- 7 – Procure variar o estilo de penteados e de trajes até descobrir aqueles que mais agradam a ele.<sup>119</sup>

Além das estratégias de sedução femininas, algumas etapas antecedentes ao casamento podiam servir para os rapazes não se aproximarem das moças e, depois, as abandonarem, sem conseqüências, um vez que o noivado e o namoro (em concordância com a família de ambos) eram controlados pelo restante da comunidade com as inquietantes perguntas: "Para que mês será o casório?", "Já marcaram a data?". Logo, o namoro e, principalmente, o noivado<sup>120</sup> eram etapas necessárias para formalizar as uniões pré-matrimoniais (casar apressadamente era mal visto, assim como o inverso), delimitar o período para que as famílias iniciassem os preparativos (organização da festa, compra do enxoval, confecção da roupa dos noivos, compra da casa, etc) que antecedia a cerimônia, e servir de laboratório, onde os dois jovens podiam se aproximar mais, conhecer melhor as compatibilidades e discordâncias mútuas, gostos, ideais, ambições, perspectivas de vida.

«Conhecer-se antes de unir-se» é um dever imposto pela prudência, pela lealdade e pelo próprio amor. Por que este ao contrário do que se diz, não é cego. Para conduzir ao destino precisa ver claro. Noivos, não cometam a imprudência e o erro de casarem de olhos fechados. Nenhum homem de negócios assinaria um contrato sem ter examinado as cláusulas. Antes de fazerem uma promessa que os comprometa total e definitivamente, sejam sinceros uns com os outros.<sup>121</sup>

O noivado, entretanto, não deve servir de desculpa para que os cônjugues se sintam mais íntimos e extrapolem os limites da moralidade, é que o sexo antes do casamento é censurável e indecoroso. A mulher que cedia aos

<sup>119</sup> "As sete armas da conquista." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 21 de novembro de 1959. (Momento Feminino)

<sup>120</sup> "O noivado é um período de maior aproximação entre os namorados, prometidos em casamento um ao outro, eles agora se preparam para o grande acontecimento que selará suas vidas. (...) Se estão vendo de antemão que o casamento não vai dar certo, é evidente que um rompimento se impõe. Porque sem entusiasmo, nada se constrói. (...) O noivado terá sido um erro. E o casamento um erro maior." "Compromisso." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 24 de agosto de 1957, p. 113. (Da mulher para a mulher.)

<sup>121</sup> "Noivado é conhecimento." *O Jornal*. Fortaleza: 18 de março de 1959, p.3. (Jornal Feminino)

apelos do namorado antes da hora estava fadada a ver o próprio noivo desistir do compromisso, porque não havia se mostrado digna de seu nome:

O que acontece quando a mulher transvia-se é que, passada a fase apaixonada, o remorso e a vergonha de si mesma geram um verdadeiro drama de consciência. O rapaz fica saturado. Quebra-se o encanto. Falta o respeito que alimenta a confiança recíproca. Começas as dúvidas de parte a parte. E o noivado, que poderia ser um período de sonho e de felicidade, é vivido num clima de inquietações, o que de forma alguma, é um bom prenúncio para o casamento. Já temos dito aqui, muitas vezes, que, para resistir às investidas indevidas do namorado, a moça não precisa ser fria como uma estátua. Mas entre essa atitude e a de consentir em "certas" liberdades há uma grande distância.<sup>122</sup>

Enquanto os jornais locais raramente tratavam da relação sexual, a revista *O Cruzeiro* publicava artigos enfatizando o assunto. Maria Tereza, consultada por moças que lhe perguntavam o que fazer diante das conseqüências do *erro* (manter relações sexuais com os namorados, que, invariavelmente, as abandonavam), costumava aconselhá-las a ser sinceras com o novo pretendente, e não cair no mesmo *erro*, já que novas investidas fatalmente ocorreriam.

Esconder ou ocultar, por meio de artifícios, inclusive cirúrgicos, a perda da virgindade, não era bem visto, pois a moça devia pagar pelo ato, sofrendo e assumindo as conseqüências. Apenas a penitência e a firmeza em não incidir novamente no *erro* podiam reabilitá-la, renovando as possibilidades de casamento, ainda que se reconhecessem bem mais escassas que anteriormente:

"E quem tenha errado uma vez – e sinta-se mal – não pode ter a pretensão de corrigir êsse passo em falso senão com honestidade. Ela rejeita paliativos e fingimentos. (...) é preciso ter coragem para sofrer as conseqüências do erro, que não será irreparável do ponto de vista moral se for lembrado com o propósito firme de não errar

<sup>122</sup> "Certas Liberdades." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 8 de novembro de 1958, p.80. (Da mulher para a mulher)

mais e de distanciar-se d'ele mediante um procedimento correto, imune de falhas.<sup>123</sup>

Temerosos de que a filha tivesse cometido o erro, os pais de Leila consentem que namore Perry, depois de saberem, pelo delato de Corabelle, jovem também apaixonada por Perry, toda a verdade sobre o namoro secreto.

Aparentemente, o conflito estava resolvido, se Leila, encontrando novamente Johnny, não se apercebesse de que era dele que gostava de fato. Depois de defender, com os punhos, a honra de Leila dos comentários desagradáveis de Perry, indignado por ela não querer manter o namoro, Johnny pede Leila novamente em casamento, convite prontamente aceito, para satisfação dos pais da heroína, que observam todo o desfecho da narrativa.



*Frontispícios de fotonovelas no jornal O Povo.*

<sup>123</sup> "Solução fraudulenta." *O Cruzeiro*: Rio de Janeiro: 12 de maio de 1956. p. 105. (Da mulher para a mulher) Ao falar-se em procedimento cirúrgico, refere-se a uma suposta cirurgia que poderia devolver a virgindade à uma moça que tenha tido relações sexuais e depois se arrependido.

Leila tem um *happy end* porque, ao longo de da estória, foi sincera com os sentimentos. Apesar de mentir para os pais, não é desonesta com os pretendentes; mesmo nos encontros, apenas sob a luz do luar, dentro do carro com Perry, mantém a honra intacta.

A *moça boa*, que se mantém fiel aos preceitos de moral ilibada – que abdica do sexo antes do casamento, não é *leviana* (namorar homens pelos quais não nutre sentimento verdadeiro), não afronta os pais (imperativo legitimado na fotonovela, em que os pais de Leila mostram-se com a razão), é recompensada com relacionamento sólido, que certamente leva ao altar.

## 2.5) Últimos Acertos: o que poderia afastar os homens.

Preocupada com o futuro emocional e a estabilidade financeira de Leila, que dedicava grande parte do tempo livre a fazer compras, a mãe tentou convencê-la da necessidade de se casar com um *bom partido*: rapaz que reúna, em torno de si, qualidades espirituais, intelectuais e financeiras, asseguradoras de um futuro tranqüilo<sup>124</sup>.

Ao mesmo tempo, Johnny tentava se precaver das moças que aparentemente só se interessavam pelo seu carro conversível e pela boa situação financeira que sua família desfrutava. Leila, moça de classe média alta, envolvera-se com rapaz de condições financeiras menores que a de sua família (Perry), reconhece nela qualidade que a difere das demais: não é *interesseira*.

Como compreensível e até recomendável que as moças buscassem se casar com rapazes que lhes garantissem alguma estabilidade financeira, os chamados *bom partido*, a busca incessante por esse tipo de rapaz (muitas vezes, mais como um desejo da mãe do que propriamente da filha, como é o caso de Leila), não deveria ser levada às últimas conseqüências. O rapaz de

<sup>124</sup> “Há três coisas que você deve procurar num possível noivo – em primeiro lugar, deve possuir um caráter íntegro e cultivar a vida espiritual.” “Meu caderno de psicologia: Hoje adolescente, amanhã noiva.” *O Jornal*. Fortaleza: 14 e 15 de março de 1959. (Jornal Feminino)

posses, mesmo a moça sendo bonita, atraente e de boa educação, não é de fácil conquista. Era preciso que a *moça casadoira* não perdesse muito tempo atrás de *bom partido*, desperdiçando rapazes mais modestos e de boa índole, sob pena de, com o tempo, não atrair nem mesmo esses.

A inúmeras jovens que perderam a oportunidade de se converterem em boas esposas e mães de famílias conscienciosas, por culpa, exclusivamente, da ambição de mães que não as deixaram se unir aos rapazes de que se achavam enamoradas, por serem eles pobres ou empregados modestos. Aspiram essas mães, para suas filhas, algo muitíssimo melhor, principalmente se, no seu fraco modo de pensar, tem elas um curso secundário ou alguma beleza física. Como os jovens ricos, de boa família e possuidores de sólida fortuna ou grande preparo intelectual não abundam, essas pobres moças perdem a oportunidade de ser felizes, por lhe faltarem energia suficiente para se revoltarem contra tamanha tirania materna.<sup>125</sup>

Diante disso, o casamento, mais que a concretização plena e moralmente aceitável do *amor romântico*, é uma instituição social que condiciona a formação de nova família. É por essa razão que o matrimônio se apresenta não somente como sonho para a mulher, que lhe possibilita o companheiro social e sexual, mas também como sustentáculo financeiro da nova família. A mãe, ao se perceber a filha bonita, alerta-la sobre não se casamento com *um qualquer* e depois, vê-la passando pelas dificuldades e vivendo privações pela parca condição financeira do marido.

Para o rapaz, a realização profissional não era almejada somente pela satisfação pessoal e respeitabilidade social, mas como condição necessária para as núpcias com mulher de, pelo menos, o mesmo nível social<sup>126</sup>.

A preocupação em manter o mesmo status social (para que não leve vida penosa, ou muito diferente da que teve sob a tutela dos pais), torna o mercado matrimonial da moça de classe média bem mais complicado que o da

<sup>125</sup> SÁ. Edda. "Nosso lar, nosso mundo." *Correio do Ceará*. Fortaleza, 12 de maio de 1959, p.8. (No reino da mulher)

<sup>126</sup> A mulher atinge seu estado social através do casamento, que lhe dá estabilidade e segurança. O homem só atinge isso através do seu trabalho. Nada mais elucidativo para o que afirmamos de que o fato de que, quando duas amigas se encontram depois de muito tempo de ausência, uma pergunta à outra – 'Com quem você se casou?'; quando o encontro, porém, é de dois amigos a pergunta que um dirige logo a outro é – 'O que você está fazendo, Fulano?' "A carreira ou a esposa?." *O Cruzeiro*, 21 de junho de 1951. p.128 (Da mulher para a mulher)

moça pobre. Joana Maria Pedro, em estudo sobre a mulher, nos jornais de Desterro, na década 20, notou que a idéia de que as moças são caçadoras vorazes de maridos, que buscavam, ao máximo, se precaver das investidas femininas, era consolidada na época<sup>127</sup>. No entanto, até a extinção do dote (quantia em dinheiro suficiente para que o marido pudesse organizar as finanças do casal), os rapazes casadoiros é que eram vistos com suspeição, cunhando-se o termo *caça-dotes*, o que nos leva a crer que, além da hierarquia de gêneros, o discurso, em torno das práticas matrimoniais, também privilegia o lugar do capitalizado.

Como as mulheres não tinham mais o atrativo do dote, e sem o costume de intervenção direta dos pais, na escolha das filhas, criaram-se, no início do século passado, outros mecanismos que garantissem a continuidade dos casamentos dos membros das elites entre si, perpetuando-se os poderes político e econômico.

A beleza, a elegância, o refinamento dos gestos, os dotes culinários, a administração doméstica, aliados ao afeto e companheirismo, acenam como novos referenciais para as escolhas matrimoniais,<sup>128</sup> perpassados, no entanto, pela noção de classe, ou seja, a modelação do comportamento se atrela ao domínio do tempo e dinheiro para aquisição das informações necessárias, e,

---

<sup>127</sup> Ao estudar as imagens de mulher que permeiam os jornais de Desterro, no final do século XIX e início do século XX, a historiadora Joana Maria Pedro percebeu que, com o passar dos anos, há uma diminuição dos textos que relatam o desejo do homem de se casar, em contrapartida ao crescimento dos que ressaltam as fantasias femininas de conquistar um "bom marido"<sup>127</sup>. Uma das hipóteses explicativas, levantada pela historiadora, advém do fato do porto, que sustentava a economia de Desterro, encontrar-se, à época, em decadência, provocando a migração de jovens rapazes para outras regiões mais prósperas, ou que oferecessem centros de estudo de melhor qualidade. Logo, as moças de classe média, mais desejosas de enlaçar-se com homens que lhes trouxessem ascensão social (já que para as moças de elite, pretendentes ricos ou pobres nunca faltaram), viram seu mercado matrimonial restringido, o que alimentou a fama de "caçadoras de marido." Se as moças passaram a ser vistas como tal, os homens eram tidos como temerosos de compromissos afetivos mais sérios. PEDRO, Joana Maria. *Mulheres honestas, mulheres faladas, uma questão de classe*. 2 ed. Florianópolis: ed. Da UFSC, 1998. pp. 51-57.

<sup>128</sup> "Por que uma jovem poderá ser tão como a mais atraente das atrizes, sim... tão bonita que seu andar desperte admiração, mas não será feminina em seu coração não abrigará a doçura e a bondade. Porque a beleza por si só, não é o caminho para a felicidade. Para ser feminina é preciso ser compreensiva e boa. Suave e serena. Indulgente e encantadora." "Os segredos da feminilidade." *O Jornal*: Fortaleza: 25 de novembro de 1958. p.3. (Jornal Feminino) "Nem será ela tão bonita que prescindir de dotes intelectuais para agradar; nem será você tão inteligente que não precise de dotes físicos para alcançar o mesmo fim. A vantagem estará sem dívida, com aquela que harmonizar os seus dotes intelectuais com os físicos, dosando-os numa tal proporção que favoreça a sua personalidade." *O Cruzeiro*, 16 de agosto de 1958, p. 105. (Da mulher para a mulher)



posteriormente, dos produtos da cosmética industrializada, da moda de alta costura, etc. Afora isso, o surgimento de espaços de sociabilidade, em que os freqüentadores eram aceitos pela tradição familiar e poder aquisitivo, restringia ainda mais as possibilidades de encontro entre jovens de classes sociais diversas.

A atração por um *bom partido*, entretanto, não era devida exclusivamente ao fato de ele ser rico e, no futuro, poder propiciar, à moça, uma vida de conforto, mas a toda simbologia que envolve os endinheirados. Roupas refinadas, cabelos bem cortados, *bom papo*, dinheiro para freqüentar sorveterias, cinemas e clubes, e, especialmente, carro, certamente mexiam com a imaginação das moças românticas, que liam fotonovelas (onde o príncipe encantado é sempre um rapaz de boa condição financeira, quando não o é, no futuro, descobre-se) e sonhavam estar nos braços do mais novo galã de Hollywood.

Por exemplo, uma jovem tem cinco jovens que a cortejam, mas um só tem automóvel, e será o afortunado que gosará da companhia da moça mais do que os outros. Você dirá que é justo, porque se tem carro quer dizer que tem uma também posição e é natural que uma moça procure um homem com posição.<sup>129</sup>

*Bons partidos* ou não, de um modo geral, os homens tentavam adiar, ao máximo, o casamento, enquanto as mulheres dispunham de pouco tempo, e muitas estratégias para conquistá-los. Eles *gostam*, eles *odeiam*, eles se *encantam*, eles *repelem*, mas, sobretudo, *escolhem* e *decidem*. Se o trabalho de convencimento deve ser realizado pela mulher, aos homens se reserva a definição da oficialização da união. A persuasão parece tarefa cansativa e longa, principalmente pela forma astuta e indireta que toma. O rapaz não pode se sentir presa, alvo de caçada:

É errado exigir de um rapaz que êle se transforme em marido quando êle ainda não se imaginou no papel de marido. Mais sensato é querê-lo muito, e bem. O amor mesmo se encarregará de fazer sentir-se pressionado, de fazer com que pergunte:

<sup>129</sup> "O homem com automóvel." *Unitário*. 17 de janeiro de 1954. (Unitário Feminino)

-Querida... quando nos casamos? (...) <sup>130</sup>

O homem precisa crer-se sedutor, quando na verdade é o seduzido. Aliás, toda a ação, no relacionamento, deve ser-lhe creditada, sendo a mulher, de fato, mentora do acontecimento. Não apagar as pistas da manipulação pode conferir a ela a atribuição de mulher oferecida e inconveniente. A mulher pode e deve manipular, comedidamente, desde que suas ações se justifiquem pelo sentimento digno do amor, que a resguarda de qualquer acusação de *leviandade* ou *mau-caratismo*. Se a mulher não pode dizer o que sente e o que espera do parceiro, de forma explícita, é-lhe permitido criar situações que ocasionem o atendimento dos anseios, já que, mesmo hesitantes até o último instante, os homens um dia cederão, casando-se.

Como são os homens que detêm o poder da decisão final, eles se pautam em alguns critérios para fazê-lo. Logo, as moças são alertadas para alguns comportamentos que podem levá-los a questionar a escolha, ou mesmo desistir de namoros e noivados.

O primeiro, é o cuidado com a aparência. Os homens apreciam moças bonitas, desde que não se excedam nos cuidados, podendo levá-los a pensar que são demasiadamente fúteis, ou espalhafatosas. A conformação aos padrões de beleza, no entanto, não é suficiente para a conquista. Uma Educação sólida, demonstração de virtudes éticas e outras qualidades morais podem ser mais atrativas que a beleza. Esses atributos devem ser exteriorizados logo após a conquista (quando não os próprios motivadores do encantamento masculino, como se prometia à *moça feia*):

O pudor é aquele delicado sentimento que confere à mulher um fascínio invencível (...) O pudor está no vestir, é reserva no falar e no tratar, consigo mesmas e com os próximos, freando paixões mórbidas, evitando exuberâncias sentimentais na presença de estranhos. O pudor é a salva guarda de toda jovem, ele é o dote que todo homem –ainda hoje – deseja em sua mulher naquela que ele quer que se torne mãe dos seus filhos. <sup>131</sup>

<sup>130</sup> "É o amor: Meu bem quando será nosso casamento?" *O Jornal*. op. cit. p.3 (Jornal Feminino)

<sup>131</sup> "Viver na Tradição - Pudor: Uma virtude que desaparece." *O Jornal*. Fortaleza: 24 de abril de 1959, p.3. (Jornal Feminino)

A sedução da conduta moral era imprescindível para a concretização de futuro pedido de casamento. Mostrar-se ao outro como verdadeiramente se é pauta o discurso da imprensa feminina, ainda que se forneçam dicas de como se evitar alguns equívocos, na convivência com o namorado ou noivo, que podem comprometer a efetuação do matrimônio. Aconselha-se à jovem que, se ela pode usar a maquiagem ou o conhecimento das modas e dos tecidos, para esconder alguns *defeitinhas* do rosto ou do corpo, não agradáveis aos olhos masculinos, algumas características da personalidade também podem ser disfarçadas ou minimizadas, evitando avaliação negativa do rapaz.

Marta, diferentemente de Leila, moça meiga, doce e sensível, é descrita como alguém que não tem “papas na língua”, inteligente e exigente (a ponto de ter recusado inúmeros pretendentes). Poderá vir a perder o atual namorado, se não aprender a controlar o jeito impetuoso e crítico com que o trata. É-lhe aconselhado “analisar com lucidez o que há no fundo de seu comportamento agressivo”<sup>132</sup>. Pois, “é preciso saber conquistar a felicidade.”<sup>133</sup>, não desperdiçando boas chances com comportamentos que atrapalham a conquista do homem amado.

Evidenciar inteligência superior à do companheiro, diante de terceiros<sup>134</sup>; corrigi-lo ou apontá-lo nas suas falhas, “como se em vez do futuro marido estivesse lidando com um escolar”<sup>135</sup>; demonstrar “ciúmes” excessivos das saídas com os amigos ou mesmo de pequenas infidelidades, que não significam nada, já que “para ele, afeição estável, um amor verdadeiro e durável”<sup>136</sup> nutre por ela são ações desaconselhadas às moças que pretendam ouvir o *sim* diante do altar.

Aparentar *excesso de independência*, demonstrar ser simpática à *emancipação feminina*, ou às *reivindicações feministas*, pode se revelar decisivo para o naufrágio das núpcias. Recomendava-se à moça que fizesse o pretendente acreditar que lhe era útil, mostrando-se necessitada de “seu braço

<sup>132</sup> “Pão, pão” *O Jornal*. Fortaleza: 6 de agosto de 1959, p.3. (Jornal Feminino)

<sup>133</sup> Id. *Ibidem*.

<sup>134</sup> “O que afasta os homens.” *O Jornal*, Fortaleza: 14 de abril de 1959, p.3. (Jornal Feminino)

<sup>135</sup> “É o amor – Se você é noiva e deseja se casar ... não se comporte como estas moças.” *O Jornal*. Fortaleza, 24 de novembro de 1959, p.3. (Jornal Feminino)

<sup>136</sup> “Felicidade, onde estás?” *O Jornal*. Fortaleza: 12 de agosto de 1958, p.3. (Jornal Feminino)

para atravessar a vida<sup>137</sup>. O homem precisa se sentir seguro de seu papel e função de potência no relacionamento e no futuro matrimônio. Garotas *modernas*, quando casadas, dizia-se se revelarem esposas de difícil convivência, por não aceitarem tão facilmente a autoridade do homem na relação afetiva em casa:

Quando o homem percebe demasiada independência por parte da mulher, deixa-a de lado, pois as mulheres desse tipo, além de se tornarem na maioria das vezes masculinizadas, não estabelecem as bases de independência que clama pelo carinho e pelo cuidado masculino<sup>138</sup>.

A mulher deve ser independente, auto-suficiente, decidida, mas não sem ostentar esse poder, isto é, deixar o marido perceber que era ela quem tomava algumas decisões, não ele. Contestar a hierarquia sexual dentro das relações afetivas era impensável. A mulher *masculinizada* (assim adjetivada em face de comportamentos ou por assumir posições reservadas somente aos homens), era repreendida, alertando-se as mais moderninhas de que tal insistência pode carrear-lhes a solidão eterna.

Ao contrário, a mulher sadiamente moderna, consciente da inferioridade frente aos homens, encontrava meios de tornar sua condição menos penosa, quando não mais satisfatória do que a daquele que sustentava seu conforto pessoal e familiar e sua avidez por consumo. Mais do que *imprudência*, ou *falta de sinceridade*, não conter atitudes contrárias à *feminilidade*<sup>139</sup>, ferindo o *orgulho masculino* do companheiro, atesta, na verdade, falta de amor por parte da jovem:

A noiva que ama realmente o noivo lhe exprime a sua temura e dedicação com uma frase que traduz toda a intensidade do seu sentimento: «Serei como você deseja». Em outros termos: «Procurarei modelar o meu gênio e idéias. Não me falta boa

<sup>137</sup> "O que ele não deve ouvir." *O Jornal*. Fortaleza: 12 de agosto de 1958, p.3. (Jornal Feminino)

<sup>138</sup> "O que afasta os homens." *O Jornal*. Fortaleza: 12 de agosto de 1958, p.3. (Jornal Feminino)

<sup>139</sup> Temura, compreensão, altruísmo, etc.

vontade para que você fique satisfeita comigo. Você verá no meu esforço para agradá-lo um prova do meu amor.»<sup>140</sup>

Amar significava abnegar-se, podar-se, estar sempre disposta e sorridente, aceitar que o parceiro decida os caminhos a seguir, torná-lo feliz e satisfeito. São sacrifícios reconhecidos e recompensados futuramente, com a concretização do sonho de se constituir uma família sólida e feliz. Todavia a mulher pode, de alguma forma, prever o sucesso da futura união, ou pelo menos, minimizar eventuais enganos, evitando alguns homens incompatíveis ou que difíceis de enquadramento dentro no modelo de homem afetuoso, educado, dedicado ao lar, a família e aos filhos.

Entre alguns tipos que, em tese, não serviram para maridos, desatacam-se os *idealistas* (cientista que se dedica exaustivamente à pesquisa ou descoberta, simples professor que se sacrifica pela melhoria do ensino, ou qualquer outro devotado a uma *causa*) porque, por mais apaixonados que fossem pelas esposas, sempre as colocam num plano menor em relação ao motivo do seu idealismo; os *puritanos* (homens excessivamente devotados às leis religiosas e à rigidez moral), pois tentariam transformar as esposas em *santas*, impedindo-as de terem amigos e vida social satisfatória<sup>141</sup>; os *transviados* (rapazes solteiros de vida desregrada e boêmia), porque, mesmo que existam casos dos que se modificaram com o casamento, a maioria, depois de algum tempo de casado, se cansa das esposas e volta ao desregramento<sup>142</sup>; e os *violentos* (no namoro e o noivado demonstram temperamento excessivamente intempestivo), pois as esposas estão sempre tendo de agüentar as crises de raiva, ainda que, com razão, caladas, para não serem ofendidas ou agredidas.<sup>143</sup>

O marido, *modelo ideal* para o ano de 1959, segundo pesquisa com 150 mil mulheres alemãs, noticiado com destaque na *Gazeta Feminina*, no final

<sup>140</sup> "Como você me quer." *O Jornal*. Fortaleza: 30 e 31 de agosto de 1958, p. 5. (Jornal Feminino)

<sup>141</sup> SCERBANENCO, Giorgio. "Não servem para marido: idealistas." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 8 de novembro de 1959, p.5. (Gazeta Feminina)

<sup>142</sup> "Marido Transviado." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 18 de janeiro de 1958, p.5. (Gazeta feminina)

<sup>143</sup> "Às casadas, marido violento." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 22 de dezembro de 1958, p.4. (Gazeta Feminina)

de 1958, se diferencia sensivelmente dos maridos apregoados como inadequados. Mesmo se esses maridos, de preferência, chegassem em casa cansados (o que demonstra esforço no trabalho, e pouca disposição para relações sexuais diárias) e logo adormecessem ressonando (é melhor do que roncando), o que os distingue é a tolerância e a amabilidade no trato com a esposa:

Senta-se à mesa do café da manhã sempre bem disposto e de noite está quase sempre cansado. Quando adormece, começa logo a rressonar. Ajuda na cozinha e elogia fartamente a mulher. Não se importa de andar com a bolsa de compras... Dá à sua espôsa uma determinada soma para as despêsas domésticas e concorda com a igualdade de direitos no matrimônio. Consulta a mulher nas ocasiões de compras de importância e não exige contas nas despêsas particulares da espôsa. Interessa-se sempre pelo vestido e pelo penteado novo da 'cara-metade' e, excepcionalmente, é ciumento. Raras vezes olha para outras mulheres e nunca se esquece do dia do casamento, trazendo de vez em quando flôres e pequenos presentes para a companheira. Gosta de dançar e mesmo depois de muito tempo de casado trata a mulher com amabilidade e carinho O seu intêresse pelas estrêlas de cinema é muito reduzido: Interessa-se mais pelos esportes. (...)<sup>144</sup>

A igualdade de direitos das mulheres que responderam a pesquisa (ainda que alemãs, de alguma maneira, o que pensavam fazia sentido às mulheres de fortaleza, uma vez que a pesquisa foi reproduzida na página feminina de jornal local), não é entendida como equidade da condição feminina diante da masculina dentro da relação matrimonial, mas em compensação satisfatória entre as funções sociais e afetivas destinadas aos homens e às mulheres no casamento. Elas se dedicavam aos afazeres do lar (faziam a comida), e em troca recebiam do marido o reconhecimento (elogio), e o direito de opinar sobre as finanças da família, ainda que não fosse, por elas, exercido o trabalho do qual advinha o dinheiro. Em troca de estarem sempre arrumadas, bonitas e perfumadas, para cujas despesas o homem deveria ser sensível a sua importância, recebiam novamente o reconhecimento, e prêmios (*flôres*, jóias e outros presentes) em homenagem a dedicação doméstica e estética. O que as mulheres, segundo o discurso da imprensa feminina, ambicionavam

<sup>144</sup> "Marido ideal modelo 1959." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 de dezembro de 1958, p.5. (Gazeta Feminina)

eram relações conjugais satisfatórias, seguras e amorosas. O lar era o lugar da realização feminina, mas a rua também o era (lojas e festas) e não da realização profissional, por exemplo. O certo é que se o ideal do casamento feliz, com o passar dos anos, certamente se mostra menos mágico do que o que fora apregoado, também era possível a moça casadoira minimizar esse desencantamento, domesticando o seu amor e condicionando à situação que a trouxesse alguma compensação financeira, mas especialmente afetiva. O destino das *moças casadoiras* podia ser moldado por elas próprias, por meio de estratégias pré-matrimônias, pela necessidade não apenas de determinar o casamento como uma fatalidade na vida de uma moça, mas como porta para o encontro com a felicidade.

Segundo o noticiário do colunismo social, o *love* era um sentimento bastante cultivado pelos rapazes e moças da sociedade local, elas querendo seduzir um *bom partido* com encantos e eles fazendo o jogo da conquista na dança de baile, dando presentes e até promovendo serenatas.

Os colunistas, muitas vezes, faziam o papel de *casamenteiros*, indicando *quem* estava interessado em *quem*. Quem eram os solteiros mais cobiçados e os *brotyinhos* mais desejados do *society*. Em uma lista de 15 nomes, Lúcio Brasileiro indicou os chamados *bons-partidos* da cidade, assim considerados por poderem “possibilitar as melhores casas e joalheirias àquelas com quem se casassem”<sup>145</sup>, que ainda não haviam sido *fisgados*. Dos quinze, sete foram apresentados como herdeiros de grandes fortunas; cinco, como “bem nascidos”, ocupando cargos políticos ou de importância na burocracia do estado e na diretoria dos clubes; dois, como empresários atuantes; e 1, como funcionário do Branco do Brasil, mas com “renda imobiliária quatro vezes superior ao seu ordenado”. Em comum, todos os *bons partidos* foram descritos como elegantes, gentis e educados, tinham trânsito livre no Rio de Janeiro, Europa e *States*, e viviam nos clubes rodeados por moças bonitas (os mais festeiros) ou dedicando-se aos estudos da faculdade e aos negócios do pai (mais tranqüilos).

Existiam também os *play-boys*, que, diferentemente do *bom-partido*, tinham comportamento mais irresponsável, esbanjando a fortuna do pai com

---

<sup>145</sup>BRASILEIRO. Lúcio. “Os melhores partidos da cidade.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 18 de maio de 1958. (Lúcio informa)

carros, roupas e bebidas, trocando intensamente de namoradas e ainda por cima freqüentando bordéis e lugares de pouca respeitabilidade<sup>146</sup>; os rapazes *bem empregados* (militares, funcionários públicos, profissionais liberais) do *café society* e os forasteiros que se aproveitavam do fato de serem *do sul* para atrair as moças locais<sup>147</sup>.

Entre as moças, havia as mais sonhadoras e passivas<sup>148</sup>, as mais atrevidas<sup>149</sup> e decididas<sup>150</sup>, as estudiosas e talentosas<sup>151</sup>, aquelas que *ninguém queria*<sup>152</sup>, mas todas aparentemente ansiosas por encontrar namorado o quanto antes.

De um modo geral, os namoros eram bem comportados na maioria, terminavam em casamentos, apesar de alguns desentendimentos, traições<sup>153</sup>, e até suspeita de que se trata de relacionamentos mais *avançados*<sup>154</sup>. Os casais

---

<sup>146</sup> "Com efeito, há em Fortaleza um certo numero de 'play boys' que gosta mesmo de cercar as visitantes, passando como galãs de primeira, quando, na realidade, não vão além de conquistadores." THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 5 de fevereiro de 1959, p. 12; "O bem aparentado Cláudio Henrique Sampaio ainda não escolheu sua namorada entre as diversas meninas que está cercado. Vocaçãõ de 'play boy'?" CAVALCANTE, Nilson. "High Society." Fortaleza: 20 de fevereiro de 1959, p.2.

<sup>147</sup> "Ele, aproveitando a hospitalidade do povo e a generosidade da sociedade de nossa terra, está abusando demais agora meteu-se a 'D Juan' às moças casadoiras (...)." THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 12 de fevereiro de 1959, p. 12. Muito comentado na época, o caso de um rapaz que se fez passar por repórter da revista Manchete e conseguiu seduzir muitas moças do high society, inclusive, tirar fotos delas de maiô, com a promessa de que seriam publicadas na revista. CYBELE. "Blefoou o 'Sociery'." *O Povo*. Fortaleza: 11 de fevereiro de 1959, p.4. (*O Povo Feminino*)

<sup>148</sup> "Outra noite comentava-se o noivado do Sr. Paulo Hiram. A noiva do jovem médico não se incomoda que o mesmo compareça a reuniões sociais sozinho e (...) divirta-se com outras garotas." CAVALCANTE, Nilson. "High Society." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 8 de fevereiro de 1959, p.2.

<sup>149</sup> "Aqueles três mocinhas metidas a 'vamp', estavam na Praia de Iracema, domingo último, procurando atrair para elas os olhares dos banhistas. (...)." THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 21 de maio de 1959, p. 11.

<sup>150</sup> "A simpática Srta. Jeanine Teixeira não esconde de que está devidamente interessada em um dos oficiais da Aeronáutica, ora circulando em Fortaleza." BRASILEIRO, Lúcio. "Pela Sociedade." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 5 de setembro de 1956, p.2.

<sup>151</sup> "A senhorita Inês de Paula Sousa, filha do s e sra. Afonso de Paula Sousa, foi aprovada no Vestibular da Faculdade de Medicina da Universidade do Ceará. Participou do "Baile de Debutantes do Náutico (...)." BAYARD. "Etiqueta." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 6 de março de 1959, p.8.

<sup>152</sup> "Porque será que a senhorita Magdá Sales ainda não se aprumou: devidamente com um só namorado?" THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 21 de abril de 1959, p. 12.

<sup>153</sup> "Já me informaram que o Sr. Bétis de Castro está "in love" com uma bandeirante de quinze anos, no entanto, em reuniões da nova geração continua a cercar Fernanda Souza. CAVALCANTE, Nilson. "High Society." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 6 de novembro de 1958, p.4.

<sup>154</sup> "Conheço determinado brotinho que anda ultimamente, com namoro muito livre. Seus pais devem abrir os olhos antes que seja tarde." THAIS. "A coluna da Thais informa." *O Povo*. Fortaleza: 21 de abril de 1959, p. 12.



do *society* eram referendados como uniões sólidas e felizes. As mulheres envolvidas com as atividades da casa, da educação dos filhos e atividades de benemerência, enquanto os homens dirigiam as finanças das empresas da família, implementavam projetos e discutiam política.

Ao chegar às páginas policiais, entretanto, os sonhos de amor se mostravam bem menos românticos e felizes do que os casos noticiados pelas colunas sociais. Casais pobres iam parar nas páginas policiais por resolver conflitos domésticos, crises de ciúmes, vinganças por traições e restituição de honras perdidas, com muitas ofensas, agressões e sangue.<sup>155</sup> Entre os mais ricos, bem mais raro certamente, era possível perceber que nem sempre o amor e as relações conjugais terminavam em final feliz, principalmente, as que infringiam normas e valores tradicionais, por exemplo o, amor *proibido* entre um pintor casado e moça do *high society* que, segundo o noticiário da época, mataram-se para não sofrer mais por um amor *impossível*. O casal foi encontrado abraçado.

Um drama passional que envolveu conhecido pintor cearense e uma jovem pertencente a uma das mais tradicionais famílias de nossa terra, teve ontem pela manhã um fim trágico com a morte violenta de ambos, após a ingestão de um corrosivo. Não há dúvida que as duas vítimas firmaram um pacto de morte, embora não tenham deixado nada escrito sobre a trágica decisão.<sup>156</sup>

Muitas moças de classe média e pobres também viravam notícia (muito recorrentes) quando renunciavam a vida em nome do amor não mais correspondido, ou mesmo pela vergonha de ter de assumir as conseqüências de relacionamento que havia passado dos *limites*, dando fim a si mesmas e ao fruto desse relacionamento.<sup>157</sup>

---

<sup>155</sup> "O crime passional era uma modalidade de violência bastante presente nas camadas desfavorecidas." DEL PRIORI, Mary. *História do amor no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 262.

<sup>156</sup> "Arrastados para a morte em face de um amor impossível." *Unitário*. Fortaleza: 7 de fevereiro de 1954, capa.

<sup>157</sup> "Menina de 13 anos suicidou-se por amor." *O Jornal*. Fortaleza: 7 de agosto de 1958, p.6; "MEDEIROS, Vicente. "Um vento de loucura." *O Jornal*. Fortaleza: 30 e 31 de agosto de 1958, p.3; Contrariada nos amores procurou a morte e o fogo. *O Povo*. Fortaleza: 14 de janeiro de 1955, última página.

No entanto, nem todas as histórias de amor das páginas policiais terminavam de forma trágica, principalmente quando se tratava de casos de fuga de casais apaixonados, impedidos pelos pais de vivenciarem seus sentimentos. Rapaz cearense, depois de *roubar* três vezes (as duas primeiras frustradas) a amada, moça carioca de família muito mais rica que a sua, na terceira, apesar de toda mobilização policial, conseguiu escondê-la, por vários dias, em um sítio no interior cearense, finalmente teve seu pedido de casamento consentido pelos pais dela.<sup>158</sup>

“Muitas vezes o namoro não aprovado pelos pais encorajou o rapto da moça pelo pretendente. Os jornais brasileiros do meado do século XIX – quem conta é Gilberto Freyre – estão cheios de notícias sobre o assunto. Eram moças a quem os pais não consentiam o casamento e afirmavam seu direito de amar, independentemente das situações de raça, dinheiro ou credo. Segundo ele, essas fugas de novela marcam o declínio da família patriarcal e o início da família romântica. Nela, a mulher começa a fazer valer seu desejo de sexo e de querer bem.”<sup>159</sup>

## **2.6) O sonho ameaçado: Amores Tardios, Casamentos arranjados e Carreira Profissional.**

De difícil delimitação, o período de tempo recomendado às experiências e arranjos pré-nupciais das *moças casadoiras*, nos anos 50, abrangia, ao que parece, intervalo de aproximadamente 10 anos. O início, em torno do décimo quinto aniversário, o término, ao redor dos 25 anos<sup>160</sup>. É certo, porém, que era considerado curto, e que o seu não cumprimento trazia

---

<sup>158</sup> LEITE, Rogaciano. “Vence o amor no romance de Aparecida.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 24 de junho de 1959, última página.

<sup>159</sup> DEL PRIORI, Mary. *História do amor no Brasil*. op. cit., p. 147.

<sup>160</sup> MARTAGÃO, J. “Idade das Mulheres” Fortaleza, *O Povo*, 8 de outubro de 1955. Num artigo, J. Martagão afirma não haver nada mais sagrado para a mulher que a sua idade. Até os 15 anos, elas a diriam com alegria, dos 15 aos 25, só se pressionadas a isso... O valor dado à idade pela mulher é um indicativo da obrigação de não aparentarem ser velhas, o que consistiria numa desvalorização diante do mercado matrimonial.

implicações dificultosas para as pretensões das moças que desejavam se casar.

A feiúra, e mesmo a insensatez de ceder *antes do tempo* às alacridades do sexo, como vimos, não inviabilizavam por completo a conquista do casamento, embora o tornasse bem mais distante. As marcas nefastas deixadas pela passagem dos anos também não eram consideradas intransponíveis, porém mais comprometedoras que as implicações anteriores, pela própria urgência da situação.

Como se preconizava que os casamentos fossem realizados com mulheres de idade menor que a do companheiro<sup>161</sup>, e os namoros e noivados firmados com alguns anos de antecedência à data do casamento, uma *moça já de certa idade* tinha muitas dificuldades de encontrar parceiros<sup>162</sup> para se relacionar e contrair núpcias. Pretendentes escassos limitavam ainda mais as possibilidades do eleito (se achado) ser alvo das graças do amor.<sup>163</sup>

Em decorrência, a crença de que o *amor um dia chegará* e as esperanças de *viver uma paixão do passado* são consideradas entraves que dificultam e tornam mais distante a conquista do casamento para os que não o realizaram no tempo previsto. Diante da demora em se concretizar o conúbio, as soluções para que a solteirice feminina não se estendesse por toda a vida, aclamavam por uniões que abandonassem os apelos mais sentimentais e se conduzissem pela razão e pela conveniência. Conselho atroz, por ir na contramão da aclamação do sonho da vivência plena das *alegrias inigualáveis*, só possíveis de serem sentidas pelo casamento com o *amor verdadeiro*:

Quando falamos em casamento de conveniência não queremos nos referir a uma união realizada com um fim lucrativo, de dinheiro, por

---

<sup>161</sup>“É risível o namoro de uma moça com rapaz muito mais jovem. A regra não é muito rígida mas ainda vige.” AZEVEDO, Thales de. *Regras do namoro à antiga*. São Paulo: Ática, 1986. p.52

<sup>162</sup> É preciso lembrar que os casamentos eram indissolúveis, restando às *moças já de certa idade* os viúvos, os solteiros também *tardios* e os arrependidos. Muitos memorialistas apontam o hábito de homens desquitados, desejosos de novo matrimônio, se dirigirem ao Uruguai para regularizar a nova união.

<sup>163</sup> Segundo pesquisa do IBGE, na década de 1950, a idade média com que os homens brasileiros se casavam era a de 27 anos, as mulheres a de 23, perfazendo diferença de 3,8 anos entre os dois sexos. Informação retirada de BASSANENZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres*. op. cit., p. 486.

exemplo. Isto seria por demasia leviano para dar certo, (...). Mas os casamentos de conveniência a que nos referimos são tais como de uma moça já de certa idade desejosa de ter seu lar e que encontra também um homem idoso, que lhe procurasse casamento para que um proporcionasse ao outro aquilo de que ambos têm falta, isto é, ambiente, companhia. Nem um nem outro estão possuídos daquele «élan» que levam os jovens a se unirem.<sup>164</sup>

A ausência do amor é a mais dolorosa das ressalvas, já que a materialidade do sentimento é o primeiro dos preceitos que visavam minimizar os riscos de uniões futuramente infelizes. No entanto, mais deprimentes pareciam ser os destinos daqueles que não se casavam e permaneciam solitários no restante da vida<sup>165</sup>, do que os dos que não o faziam por não terem encontrado o par a tempo. Afinal, existia sempre a possibilidade de que o amor, inexistente no namoro, se concretizasse a partir da convivência do casal.

Mesmo com a possibilidade advertida, os casamentos *tardios* pareciam frígidos e melancólicos. A renúncia ao *príncipe encantado*, em troca de um *rapaz comum*, quase sempre impetrada à *môça feia* e à *môça já de certa idade*, denota as amarras e as crueldades dos discursos, que se especializam em transformar, a todo custo, as senhoritas em senhoras *bem casadas*.

Não é de se estranhar que o mesmo discurso que dita as normas, não se abstenha de tentar enquadrar ou resgatar os que têm dificuldade em segui-lo ou que dele fogem. Não era bem visto negar a aspiração natural das mulheres de se casar, uma vez que trazia conseqüências sociais muito duras, pois a decisão de se manter solteira era entendida não como determinação pessoal, mas fracasso no campo afetivo, tornando-se motivo de escárnio<sup>166</sup>.

A mulher que não se casava era alvo de estratégias, não só porque destoava das convenções mas, principalmente, por perder espaço e utilidade na

<sup>164</sup> «É o amor – Casamento sem amor.» *O Jornal*. Fortaleza: 23 de dezembro de 1958, p. 3. (O *Jornal Feminino*)

<sup>165</sup> Respondendo à Maria, uma moça que dizia sofrer por não ter casado e se sentir só, Maria Tereza tenta consolá-la, dizendo que todos estão sós, mas que, em seu caso, o melhor seria sublimar os anseios em nome da devoção a um Deus, para que o seu coração se abrandasse e se sentisse útil, como haviam feito São Francisco de Assis e outros santos: "Passe a amar a solidão, minha Maria. Faça como Cristo, transfira-a para o Pai, despoje-se desse feio sentimento de revolta." TEREZA, Maria. "Nossa irmã, A solidão." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 19 de novembro de 1963, p. 86. (Da mulher para a mulher)

<sup>166</sup> " (...) sujeita às gozações gerais e muitas vezes a sentimentos de culpa, a solteirona não escapa do controle obrigatório sobre sua reputação." BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relação homem-mulher, 1945-1964*. op. cit, p.127.

organização da família<sup>167</sup> e na comunidade a que pertencia<sup>168</sup>. Como ressalta Carla Bassanezi, optar pela solteirice feminina, na época, acabava por não ter muita função social, na medida em que não se tornar mãe, esposa, ou dona de casa acarretava transformar-se em um peso para a família. Além disso, para as mulheres casadas, as solteironas eram uma ameaça velada, mas iminente, dado que podiam tornar-se concubinas do marido<sup>169</sup>. Neste caso, restava àquela que desejasse resguardar a reputação, não só a solteirice, mas o celibato, sendo-lhe negada aprovação a qualquer experiência amorosa fora dos padrões preestabelecidos, ou seja, o sexo dentro de união legalizada.

Os homens, menos pressionados no comportamento sexual (solteiros ou casados), podiam ter a reputação abalada se, com o passar dos anos, se recusassem a assumir matrimônio. Ainda que o tema seja pouco explorado pela imprensa feminina, o *rapaz velho* não é esquecido por outros cronistas de jornal, sobretudo os do católico de *O Nordeste*, que viam, na formação do casal e da família, saída para as pecaminosas prevaricações do sexo desregrado e impuro, encontrado nas casas de tolerância ou, mais execrável ainda, na penumbra da homossexualidade<sup>170</sup>:

O indivíduo que chega aos cinqüenta, sem haver conversado com o padre e o juiz, pode aparentar bôa disposição de espírito, porém no

<sup>167</sup> Por não serem mães, as solteironas poderiam assumir o "papel de 'tia' para os sobrinhos, ajudando a criá-los, cooperando no serviço da casa", cuidando dos pais, ou seja, assumindo funções tidas como ingratas pelos membros da família. AZEVEDO, Tales. *Regras do namoro à antiga*. op. cit., p. 50.

<sup>168</sup> "Se procurarmos entender a lógica das mulheres celibatárias, não é por considerar o casamento como o destino natural da mulher. Nem mesmo considerá-las 'vítimas' do contexto (...). Todavia é inegável que, na nossa sociedade, a solteirona, por não se conformar ao ideal dominante, exige uma explicação." FONSECA, Cláudia. "Solteironas de Fino Trato: reflexões em torno do (não) casamento entre pequeno-burguesas no início do século." In: BRESCIANI, Maria Stella Martins (org). *A mulher e o espaço público*. Revista Brasileira de História, vol. 9, nº 18, São Paulo: ANPUH/Marco Zero, 1989. p.103.

<sup>169</sup> O autor alerta que, nos EUA, associação de mulheres se organizara para obter o direito de escolher as secretárias do marido, e que, certamente, essa prática deveria ser imitada em breve pelas brasileiras. Mulheres jovens, atraentes e ainda solteiras eram as que as esposas desejavam expulsar. OLIVEIRA, Alvarus de. "Secretárias versus Esposas" *Correio do Ceará*, Fortaleza: 11 de janeiro de 1955.

<sup>170</sup> O casamento, a principio, era visto pelos teóricos católicos como um mal necessário, mas de valor reduzido se comparado à castidade. No entanto, era aconselhado, como meio de se evitar a sodomia e uma vida sexual desregrada. Nos anos 50, o discurso católico se mostra bem mais tolerante e simpático ao casamento, em discursos que valorizavam a unidade familiar como último sustentáculo da moralidade e da decência. Para saber mais sobre as discussões sobre a importância do casamento, como meio de regular o sexo entre os cristãos, ler os dois primeiros capítulos de VAINFAS, Ronaldo. *Casamento, amor e desejo no ocidente cristão*. São Paulo: Ática, 1986.

fundo, é um fantasma. Dentro da multidão, julga-se sozinho. Vê em tudo uma reprovação e finge, apenas, que se interessa pelas mulheres.<sup>171</sup>

A lógica social do casamento é reforçada mesmo quando alguns não o seguem, tidos como exemplo que não deve ser seguido, dado que os dissidentes perdem *valor* e respeito diante dos demais. A proclamação da *felicidade eterna*, do *santuário da família* e do *verdadeiro amor* se valida a partir da imposição de padrões de comportamento e estética, que prometem recompensas a quem cumpre os preceitos. Situações incomuns, únicas ou de emergência, como os casamentos que demoram a acontecer, ou que simplesmente não acontecem, podem causar desajustes graves na ordem social. Logo, os fracassados ou rebeldes merecem ser expostos ao ridículo e à suspeita, para servirem de exemplo e não conquistar seguidores.

Raquel de Queiroz<sup>172</sup>, no entanto, na da revista *O Cruzeiro*, destacou o problema das *vitalinas*, em perspectiva diferente de maior parte da imprensa feminina da época. Segundo ela, nas *cidades grandes*, as solteironas *beatas*, *obesas*, *azedas*, reclusas na casa dos pais ou cuidando dos filhos da irmã casada, deixarão de existir, porque terão a opção de estudar e seguir uma carreira profissional:

Não sei o que dirá disso a moral tradicional, mas creio que, felizmente, a existência da vitalina, mesmo na província, já anda perto do fim. A instituição da "môça livre" ou da "mulher de carreira", segundo os modelos da América e da Europa, já tão bem copiada no Rio e em São Paulo, é uma tentação muito grande. Qual a môça que tendo possibilidade de viver do seu emprêgo, no seu próprio apartamento, onde, se lhe falta o aconchego do marido, restam sempre os consolos da liberdade, qual a môça que escolherá viver de favor em casa do irmão, sob a tirania da cunhada?<sup>173</sup>

<sup>171</sup> "Solteiros e Casados" LOPES, Silvino. *O Nordeste*. Fortaleza: 31 de janeiro de 1950.

<sup>172</sup> Romancista, cronista e teatróloga, nascida em Fortaleza, no dia 17 de novembro de 1910, primeira mulher a ingressar na ABL, em 1977. Colaborou com artigos e crônicas para vários jornais ao longo da vida. A sua coluna, *Última Página*, segundo o editor Accioly Netto, estava inserida dentro do bloco dedicado às mulheres na revista. Colaborando, por mais de 20 anos, para *O Cruzeiro*, Raquel de Queiroz comentava assuntos políticos e sociais. HOLLANDA, Heloisa Buarque e ARAÚJO, Lúcia Nascimento. *Ensaístas Brasileiras*. Mulheres que escreveram sobre literatura e artes de 1860 a 1991. Rio de Janeiro: Rocco, 199., pp. 261-262.

<sup>173</sup> QUEIROZ, Raquel. "Vitalinas." *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 19 de setembro de 1959. (A Última Página)

Todavia Raquel de Queiróz condena aquelas que, por não terem um relacionamento oficializado pelos laços do matrimônio, se deixavam envolver por relações *irregulares, melancólicas, fugitivas e escondidas* com homens que não podiam (por serem casados) ou não desejavam assumir compromisso.

A favor da libertação das mulheres não casadas da tirania familiar, que as ridiculariza e as explora, por dependerem moral, e financeiramente, condenando a postura de pais provincianos, que não se apercebiam da necessidade da moça, *que passeia de lambreta e mora no cinema*, exercitar seu poder de sedução, a escritora, entretanto, não contesta, em nenhum momento, a naturalização do casamento pelas mulheres:

Cobra que não anda não engole sapo. Aí, por estas províncias além ainda existe muito pai carrança que só deixa a filha sair para ver a Deus ou aos parentes, e assim mesmo muito bem acompanhada. Reclusas, as meninas vão ficando tímidas, e dentro de um pouco, já são elas próprias que se escondem com cerimônia dos estranhos.<sup>174</sup>

Romper com a moral provinciana, não americanizada (restrita, no Brasil, ao Rio e São Paulo, segundo a autora), era um desafio para muitos pais e muitas moças *escravizadas* e tolhidas pelo egoísmo e pelo *zelo exagerado*. Porém as distâncias que separavam o mundo moderno (livre) do mundo provinciano (repressor), na comparação da articulista, soam tão frágeis quanto as que separam o seu discurso (supostamente contestador) do conformista e tradicional apregoado pelos padres católicos e conselheiras sentimentais. Pois, ainda que de forma muito sutil, a profissionalização das mulheres era um assunto que já aparecia com boa recorrência na imprensa feminina cearense dos anos 50:

Em face das inúmeras e vastíssimas oportunidades abertas a mulher pelos tempos modernos é essa a inevitável pergunta que ela faz numa determinada época da vida. É porque o casamento continua a ser o sonho dourado de toda mulher, em regra geral aquela que pretende uma carreira, nem por isso resolve abrir mão do lar.<sup>175</sup>

---

<sup>174</sup> Id. Ibidem.

<sup>175</sup> "Neste mundo de hoje: Posição da mulher em face da vida moderna." *O Jornal*. Fortaleza: 13 de agosto de 1958, p.3.

As discussões em torno dos benefícios ou dos prejuízos do trabalho remunerado, fora do lar, dirigem-se exclusivamente às mulheres de classe média e alta<sup>176</sup>, visto que a mulher pobre sempre trabalhou para ajudar nas despesas da casa, muitas vezes, assumindo-as sozinhas.

Vê-se maior incentivo às ocupações que se assemelham às obrigações de mãe, ou seja, profissões que necessitariam de atributos da *feminilidade* para serem desempenhadas com competência.

O magistério, a enfermagem e o secretariado são carreiras reconhecidas como apropriadas para a mulher. Além delas, surgiam novas atividades, devidamente adaptadas para o *feminino*. A aeromoça, que serve com gentileza e simpatia, juntamente com a manequim, altiva e elegante, aponta como novidade. Dos bancos das universidades, cada vez mais ocupadas por mulheres, saíam as médicas, para cuidar da saúde da mulher, e a dentista, mais sensível e serena, para cuidar dos dentinhos de leite.

Profissões estranhas, distantes das que se consideravam apropriadas para a mulher, também mereciam destaque dos colunistas sociais locais, pelo pioneirismo, e de outros jornalistas e colaboradores, que faziam defesas apaixonadas de capacidades femininas antes menosprezadas ou não antevistas:

A primeira engenheira civil e sanitária cearense é a srta. Marta Maria Barroso (...), que acaba de concluir seu curso na Escola de Engenharia de Minas Gerais e o fez com brilhantemente, pois sempre passou por média em todos os anos. Escolhendo esse curso, ela nos afirma seu valor de estudiosa e a sua vontade louvável de iniciar um carreira onde poucas têm aparecido.<sup>177</sup>

É de se espantar que o Banco do Brasil rejeite a mulher como funcionária quando ela tem dado ótimos resultados em inúmeros bancos. Será algum recalque? (...) Às vezes acontece que o homem é inimigo das mulheres, por motivos os mais diversos, do sexual ao espiritual (...)<sup>178</sup>

<sup>176</sup> Por meio de reportagens, classificados e notas divulgadas por colunistas sociais, constata-se que muitas mulheres de classe média e da elite, em Fortaleza, já haviam ou estavam se inserido no mercado de trabalho.

<sup>177</sup> AMARAL, Geraldina. "Flagrantes Sociais." *O Povo*. Fortaleza: 12 de dezembro de 1957.

<sup>178</sup> PONTES, Osmundo. "Em defesa da Mulher." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 02 de julho de 1959. (Rio de Janeiro – Via aérea, Flagrantes Nacionais)



Os articulistas e conselheiras sentimentais debatiam insistentemente o tema da inserção profissional das mulheres das classes mais abastadas, supostamente movidas mais por ambição pessoal do que por necessidade financeira. Nesses escritos, faltava, no entanto, a segurança, convicção e nitidez de soluções apontadas em outros artigos que tematizavam as conseqüências advindas da modernidade nas práticas sociais.<sup>179</sup>

O hipotético medo dos homens de conviver com mulheres mais inteligentes, que pudessem concorrer com eles profissionalmente, e as dificuldades de se conciliar as obrigações do casamento com a atividade profissional e a maternidade, se apresentam como grandes entraves às que se propunham exercer atividade remunerada.

Além dessas implicações, o trabalho feminino fora do lar, para muitos, em especial, para os articulistas católicos, pode causar desajuste e, mesmo, completa destruição das fronteiras entre os sexos:

É indiscutível que as mulheres vão tomando de assalto e sem violência as posições até pouco ocupadas pacificamente pelos homens. Isso em todos os setores das atividades sociais, profissionais ou intelectuais. É uma verdadeira guerra de destruição do valor masculino (...) Será isso um bem? Será isso um mal? As respostas ficam na dependência da forma de portar-se a mulher nas posições novas que passou a assumir. A feminilidade é condição precípua do sexo feminino. no dia em que a mulher a esquece, o mundo vira pelo avesso e a sociedade desorganiza-se. Isso é um fato e contra fatos não há argumentos.<sup>180</sup>

<sup>179</sup> "(...) deve a mulher casada trabalhar fora de casa? Divergem muito uns que não há inconvenientes na aceitação concomitante dos dois estados da vida. Outros dizem que a carreira reflete na vida de família e esta naquela. (...) Contudo não somos apaixonados a ponto de não abrir uma ressalva em casos especiais, como, por exemplo, quando o casal não tem filhos ou quando não são tão numerosos, nem tão pequenos que o afastamento da mãe da família não traga a estas prejuízos maiores. É evidente que não se cogita aqui dos casos em que a mulher é obrigada a trabalhar fora de casa por necessidade financeira." "Posição da mulher em face da vida moderna." *O Jornal*. Fortaleza: 13 de agosto de 1958. (O Jornal Feminino); "Somos até contrários que a mulher trabalhe fora e só admitimos que o faça quando é imprescindível" "Pode o marido ajudar?" *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: 1º de novembro de 1958. (Da mulher para a mulher) "As pessoas que comentam se as mães devem ou não trabalhar colocam-se sempre em dois grupos; os que acham que sim e os que acham que não. O assunto não foi até agora decisivamente resolvido, porque é muito complexo. Cada família tem sua resposta para o caso, não sendo possível dar uma solução geral. (...) Nas casas onde a mulher trabalha, deve haver muita compreensão por parte do marido, da mulher, dos avós, dos filhos. Caso contrário, será melhor que a mulher permaneça à testa do lar." "As mães devem trabalhar?" *Correio do Ceará*, Fortaleza, 6 de setembro de 1956, p.4. (Vida Feminina)

<sup>180</sup> "A mulher triunfa." *O Nordeste*. Fortaleza: 11 de março de 1958, p. 3-6. (O fato do dia)

A mulher *masculinizada*, pela dedicação ao trabalho, antes restrito aos homens, ou pela adoção de práticas, como o uso de calça comprida e o hábito de fumar, se torna o símbolo da ruína das identidades de gênero, que diferenciam os homens das mulheres.<sup>181</sup>

O fato é que, se consideramos o discurso dos temerosos padres católicos e os de tom intimista e coloquial das conselheiras da imprensa feminina, como meramente confirmadores e conservadores de ordem que separa o mundo das mulheres (o lar) e dos homens (a esfera pública), tornar-se-ia impossível compreender os mecanismos que, nas décadas seguintes, possibilitaram às mulheres adentrar cada vez mais no mercado de trabalho e conquistar inúmeros direitos, legais e simbólicos, obtendo condição menos desigual diante dos homens.

Porém, se esse discurso não tinha a pretensão de êxito em manter as mulheres na ambição de se casar, aos poucos, contestado pela realização pessoal, cada dia mais atrelada ao sucesso profissional, não podemos também lhe dar o valor de estopim dos eventos seguintes.

Imaginar que a mocinha ingenuamente enganada pelo discurso maquiavélico e conformista da imprensa dos anos 50 vai se dar conta do fato, depois de muito hesitar, pedindo o divórcio, nos anos 60 e 70. Ou a feminista que queima o sutiã é, na verdade, a filha inconformada com o machismo do pai e a submissão da mãe, fere o distanciamento que temos de ter ao analisar um período histórico do qual já sabemos os desdobramentos.

Como observou Cristina Meneguelo<sup>182</sup>, esta é a explicação mais fácil e clássica, dada pelos que se detiveram sobre a imprensa feminina nesse período. Olhar o passado, sabendo o que ocorreu posteriormente, depois encadear causalmente os fatos, é tentação que pode seduzir o historiador principiante.

Moças em confronto com as mães, que não aceitam a vida controlada pelos pais, ou que anseiam seguir carreira profissional e buscar a

<sup>181</sup> "Quando você vê na rua uma moça de calças compridas, qual a sua reação? Você julga seus modos masculinizados ou mentalmente faz algumas reservas a sua graça e feminilidade? E atualmente você vê esse espetáculo freqüentemente: moça de calças compridas, mãos nos bolsos, fumando, enfim fazendo as coisas que há vinte anos atrás só homens faziam. E qual a reação do sexo forte diante dessa transformação?" "Moda – Calças Compridas." *O Jornal*. Fortaleza: 25 de julho de 1958, p.3.

<sup>182</sup> Ver "Imagens de mulher: casamento, divórcio e *happy end*." In: MENEGUELO, Cristina. *Poeira de Estrelas*. op. cit., 1996.

independência financeira, são tão ou mais reais quanto aquelas que direcionaram, por desejo, suas vidas na construção da família, nos moldes burgueses (amor entre o casal, homem no papel de provedor e mulher no de dona de casa, ambos dedicados à prole), provavelmente até foram felizes.

Mais que um discurso conformador, o que se pode observar e concluir, é que se as jovens burguesas, da década de 50, eram, realmente, aconselhadas a se casar, também receberam incentivos para sair da redoma da casa, exercendo suas escolhas individuais, ainda que se insistisse que isso deva ser feito sem a perda do papel de mulher, ou seja, de se casar e constituir família.

O amor *domesticado* foi o conceito usado por Josefina Pimenta Lobato para diferenciar o amor *disciplinado*, característico das sociedades em que predominam os valores *holistas* (a sociedade se impõe sobre o indivíduo) e em que o sentimento amoroso é tido como ameaça à ordem por levar as pessoas ao descontrole e à indisciplina do amor predominante nas sociedades modernas e *individualistas*, em que ao contrário, o sentimento amoroso é glorificado, como “uma experiência emocional desejável e enobrecedora”. O adjetivo doméstico, entretanto, não deve ser compreendido como indicativo de sentimento manso e dócil. O *amor domesticado*, em uma das vertentes, a do *amor romântico* (outra, o *amor-paixão*), é potencialmente subversivo, porque propicia os indivíduos que encontrem relações afetivas gratificantes e a auto-realização.

A concepção de que a paixão amorosa é o prelúdio natural e indispensável à vida conjugal, peculiar ao amor *domesticado* que se expressa através do amor romântico, está intrinsecamente relacionado à crença na legitimidade outorgada aos enamorados, pelo menos em princípio, de ignorar regras e convenções que os impeçam de forjar um destino em comum. A existência inegável de estratégias e de pressões sociais e familiares, que visam a formação de casais tidos como adequados, aparentemente contraditória à crença nessa legitimidade, constitui, inversamente, uma prova suplementar do reconhecimento de que cabe às pessoas amar a quem quiserem.<sup>183</sup>

<sup>183</sup> LOBATO, Josefina Pimenta. *Amor, Desejo e Escolha*. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos tempos, 1997, pp.140-141.

Não perceber o *amor domesticado* como “enredo engendrado pelos homens contra as mulheres, para encher suas cabeças com sonhos fúteis e impossíveis”<sup>184</sup>, abre a possibilidade de se entender a importância que o amor adquirir nas relações homem-mulher, não apenas como continuidade e embotamento das potencialidades femininas, mas como mecanismo importante para o desenvolvimento das afetividades, possibilitando inclusive que as mulheres usem a condição amorosa para se auto-conhecerem, conseguirem dos pais o consentimento favorável para que exercitem novas formas de sociabilidade longe da esfera doméstica, e acreditem na possibilidade de relações conjugais prazerosas, em que o marido não apenas substitui o papel do pai como seu provedor, mas também o de realizar seus desejos afetivos, não por meio do sexo em si, mas do companheirismo, da amizade e da cumplicidade. Mesmo protegidas pelo escudo do amor, as *moças casadoiras* eram aconselhadas a fazer o próprio destino, sem “gritos”, sem “brigas”, somente com sagacidade.

---

<sup>184</sup> GIDDENS, Anthony. *As Transformações da Intimidade*. op. cit., p.52.

# Capítulo III

## Sonhando ser James Dean?

### A turma dos Rabos-de-Burro e a Juventude Transviada.

Em 1954, o estúdio americano *Warner Brothers Pictures* decide filmar *Rebel without a cause*<sup>1</sup>, livro escrito por Robert M. Linder, cujos direitos já haviam sido adquiridos desde 1946. Nicholas Ray, diretor, desejava fazer um filme sobre o problema da rebeldia juvenil entre jovens da classe média alta, com a mesma carga trágica da história de *Romeu e Julieta*, sem que os protagonistas Jim e Judy morressem no final da trama.

A *Warner* só havia consentido no projeto para aproveitar a onda de filmes de temática semelhante, produzidos a baixo custo e de boa bilheteria: *Sementes da Violência*<sup>2</sup> (película centrada no mundo do *rock in roll*, lançado em 1954) e *O Selvagem*<sup>3</sup> (história sobre o impacto causado à pequena cidade com a chegada de motoqueiro vivido por Marlon Brando, também lançado em 1954).<sup>4</sup> Os dois eram em preto e branco e *Rebel without a cause* também, se, logo nas primeiras amostras, depois de semanas de filmagens, não fosse constatado pelos produtores que se tratava de um filme diferenciado. História enxuta, diálogos intrigantes e elenco adolescente talentoso: Natalie Wood

<sup>1</sup>Ray, Nicolas. *Juventude Transviada* (*Rebel Without a Cause*). EUA: 1955. Jim Stark (James Dean) é preso de madrugada por embriaguez e desordem. Na delegacia de polícia encontra Judy (Natalie Wood), uma jovem que agrediu o pai por ele a ter chamado-a de vagabunda após lhe ver maquilada, e John Crawford (Sal Mineo), cujo apelido é Platô, e havia atirado em alguns cães. Após ser libertado pelos pais que cancelam um compromisso social para tirá-lo da cadeia, na manhã seguinte Jim tenta se aproximar de Judy e Platô, mas acaba se desentendendo com Buzz (Corey Allen), namorado de Judy e líder de uma gangue do colégio onde estudam. Os conflitos desse encontram se desenrolam ao longo de apenas um dia, que promovem um tom de extrema intensidade e agilidade na vida dos personagens.

<sup>2</sup>BROOKS, Richard. *Sementes da Violência* (*Blackboard jungle*). EUA: 1955.

<sup>3</sup>BENEDEK, Laslo. *O Selvagem* (*The Wild One*). EUA: 1954.

<sup>4</sup>"Por volta da metade da década, começa de fato a existir uma produção cinematográfica que não só adota os jovens e os adolescentes como protagonistas e seus problemas como argumentos de suas histórias, mas dirige-se diretamente ao público de teenagers." PASSERINI, Luisa. *A Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois debates sobre os jovens: A Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 50*. In: *História dos jovens. A Época Contemporânea*. vol. 2, trad: Paulo Neves, Nilson Moulin, Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.368.

(Judy), Sal Mineo (Platô) e James Dean (Jim). As filmagens são reiniciadas com orçamento melhor e o filme passa a ser rodado em cores.

Quatro dias antes da data para a estréia, nos cinemas americanos, 30 de setembro de 1955, o ator protagonista, James Dean, morre após bater, em alta velocidade, seu *Porsche* em caminhão *Ford* que vinha em direção contrária. O gosto de velocidade tinha iniciado nas filmagens de *Rebel without a cause*, ao encenar corrida de carros, ponto alto da história. O impacto da morte prematura do ator e a rendição da crítica a sua atuação transformaram o filme num ícone da juventude, nos anos 50, e James Dean em lenda.

Lançado no Brasil, no segundo semestre de 1958 (no mesmo período, em Fortaleza), com o título *Juventude Transviada*, o filme repete o mesmo sucesso de outras regiões do mundo deixando os *discípulos* (rapazes que adotaram o mesmo visual, compraram jaquetas vermelhas e lambretas, se envolveram em brigas de faca e corridas de carro, etc.) e *viúvas* (moças que mandavam cartas de amor ao lindo rebelde, principalmente aquelas que acreditavam que James Dean estava vivo, com o rosto desfigurado e outras tantas especulações que surgiram entre os que não se conformaram com seu desaparecimento), também no país.<sup>5</sup>

Em Fortaleza, os rapazes de classe média alta, em atos de rebeldia (*sem causa*) e violência (*gratuita*) eram chamados de *rabos-de-burro*. O mais famoso, o *terrível* Ivan Paiva, era conhecido como *James Dean da Parangaba*. Hoje, velho e preso a uma cadeira de rodas, ainda guarda os discos de Elvis Presley, sente saudades das brincadeiras e dos encontros com amigos e recorda do ídolo de juventude com admiração: "Ele influenciou em tudo, na maneira de vestir, de falar, no comportamento e estilo de vida. Eu o conheci através do filme *Juventude Transviada*; na época completamente diferente de tudo que conhecíamos."<sup>6</sup>

Ivan Paiva, entretanto, não foi o único. Outros rapazes e moças da cidade, antes de o próprio James Dean lhes ser apresentado, haviam aderido ao que se convencionou chamar de *geração coca-cola* e, posteriormente,

<sup>5</sup> As informações dos três últimos parágrafos foram encontradas no livro: BIVAR, Antônio. *James Dean. O moço da capa*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

<sup>6</sup> RICARDO, Laécio. "Na trilha dos Rabos de Burro." *O Povo*. Fortaleza: 17 de outubro de 1999. (Vida e Arte).

*juventude transviada*. De que maneira os novos hábitos da juventude e a atuação dos rebeldes locais (na maioria rapazes) foram tratados pela imprensa local é o que se propõe neste capítulo.

### 3.1) A Geração *Coca-Cola* e a imprensa.

*One, two, three o'clock, four o'clock, rock,  
Five, six, seven o'clock, eight o'clock, rock,  
Nine, ten, eleven o'clock, twelve o'clock, rock,  
We're gonna rock around the clock tonight.*<sup>7</sup>

O refrigerante *Coca-Cola*, desde os anos 40, era símbolo de referência da presença da influência americana no Brasil, mal aceito pela maioria dos brasileiros (até 1960), segundo o Ibope, por ter gosto de “sabão”, “laranja podre”, e considerada bebida “anti-higiênica”. Os consumidores preferiam o Guaraná Antártica, “brasileiro e gostoso”.<sup>8</sup>

Nos anos 50, o nome *coca-cola*, provavelmente por ser marca antipatizada pelos brasileiros e pela representatividade da cultura americana, foi utilizado para qualificar a geração de jovens brasileiros que se deixa encantar pelo ritmo do *rock'n roll*<sup>9</sup>, comprando discos de Elvis Presley, Bill Halley e Seus Cometas, Jerry Lee Lewis e tantos outros, pelo cinema, acompanhando cada lançamento dos estúdios americanos, pelos seus astros e estrelas, imitando o modo de agir, de vestir, pentear o cabelo<sup>10</sup>, pela literatura *barata* das fotonovelas (moças) e pelos *gibis* e revistas pornográficas (rapazes), como as desenhadas por Carlos Zefiro<sup>11</sup>, enquanto deixava, no

<sup>7</sup> *Rock around the clock*. Bill Haley & The Comets, 1954. Música de abertura do filme *Sementes da Violência*, é considerada o maior clássico do *rock in roll* nos anos 50.

<sup>8</sup> MENEGUELO, Cristina. *Poeira de Estrelas*. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Editora UNICAMP, 1996, p. 169.

<sup>9</sup> “Apesar de chocar os padrões morais da época, o *rock'n roll* dos anos 50 não era uma música politicamente engajada. Muito pelo contrário, entre seus temas principais figurava a exaltação à dana e ao ritmo da música, às histórias de colégio, além da descrição de carros e relacionamentos amorosos com garotas.” BRANDÃO, Antônio Carlos e DUARTE, Milton Fernandes. *Movimentos culturais de juventude*. 2ªed. São Paulo: Moderna, 2004.

<sup>10</sup> *Nosso Século: Brasil (1945-1960)*. vol 2. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1980.

<sup>11</sup> Funcionário público do setor de Imigração do Ministério do Trabalho, Alcides Aguiar Caminha, carioca boêmio, ilustrou e vendeu cerca de 500 trabalhos desenhados em preto e branco com tamanho de 1/4 de folha ofício e de 24 a 32 páginas que eram vendidos dissimuladamente em bancas de jornais (entre as décadas de 50 à 70), devido ao seu conteúdo porno-erótico,

canto, os livros de Rui Barbosa, Machado de Assis, Shakespeare, George Eliot.<sup>12</sup>

Em Fortaleza, as garotas (na maioria filhas das camadas média e alta da sociedade), envolvidas com oficiais americanos na permanência da Base Aérea dos Estados Unidos, na Segunda Guerra, foram apelidadas de *Coca-Colas*, tema pouco abordado pela imprensa da época (possivelmente pela política de boa vizinhança entre os dois países e pela influência da família das garotas), mas não esquecido pelos memorialistas que escreveram sobre o fato anos depois.<sup>13</sup>

Nos anos 50, a imprensa local informava, aos jovens, as últimas novidades, nas colunas de cinema (todos os jornais de Fortaleza pesquisados possuíam-nas), que traziam o cotidiano dos artistas hollywoodianos e os bastidores da produção e filmagem (material distribuído gratuitamente pelos próprios estúdios de cinema). Publicava a programação das rádios, e os lançamentos da indústria fonográfica nacional e americana. Sem esquecer que, nas páginas dos jornais e revistas, estavam estampadas as propagandas dos produtos *da moda* e lojas.

Os jornais *O Povo*, *Gazeta de Notícias*, *Correio do Ceará*, *O Jornal* e *O Nordeste* registraram, pelo noticiário e artigos de opinião, os novos comportamentos dos jovens fortalezenses da época, associados à atualização dos costumes (registrados principalmente no colunismo social), e os mal aceitos pela comunidade por serem tidos como demasiadamente impróprios (textos de opinião) ou violentos (páginas policiais).

Em *O Nordeste*, os jovens da *geração coca-cola* são os que copiavam erroneamente, pelos exemplos do cinema, apenas o ruim da sociedade

---

ficando conhecidos como "catecismos" e chegaram a tiragens de 30.000 exemplares. Casado desde os 25 anos, com Dona Serat Caminha teve 5 filhos e sempre escondeu de toda a família sua atividade paralela de desenhista. Sua identidade somente se tornou pública em uma reportagem da Revista Playboy que foi publicada em 1991, um ano antes de sua morte. Texto retirado do site: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Carlos\\_Z%C3%A9firo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Carlos_Z%C3%A9firo) (acessado em outubro de 2005).

<sup>12</sup> CARNEIRO, Maria Zenaide de Matos. "Mocidade Hodierna." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 27 de outubro de 1953, última página; SANTOS, Sebastião Alves dos. "A leitura da juventude hodierna." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 16 de maio de 1954, p.3.

<sup>13</sup> SILVA, Jane D. Semeão. Comportamento feminino em Fortaleza. Entre o tradicional e o moderno durante a 2ª Guerra Mundial (1939-1945). In: SOUZA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro (org). *Gênero*. Coleção Fortaleza: História e Cotidiano. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002. p. 17-49.



americana que comprometia o progresso do país, pela falta de patriotismo e são fortemente influenciáveis. Pouco inteligentes, "os brotinhos americanizados precisam tomar juízo"<sup>14</sup>, para isso, a comunidade de católicos é conclamada a participar da luta pelo restabelecimento da moralidade, afastando para longe os males da modernidade que ameaçavam aniquilar séculos de cristandade em poucos anos.

Salvemos a juventude – conclama o nosso piedoso Pastor – preservando-a do contágio pestilencial do paganismo, em que derrama tantas almas na flor dos anos. E é paganismo a moda que atenta contra a modéstia cristã, o livro ou revista que desrespeita o pudor, as diversões que exploram os mais baixos instintos". Nesta cruzada pela moralidade social devem todos os católicos se empenhar, para que se restabeleça, no seio do nosso povo, o sentido de retidão o de dignidade do Evangelho, fonte de paz para as consciências e de pureza para os corações. (...)

O Ceará – vanguardeiro das jornadas de luz – mais uma vez se há de afirmar á altura das suas tradições de Catolicidade e patriotismo. Honra lhe seja!<sup>15</sup>

O discurso católico da iminência do caos da sociedade, principalmente, dos jovens, buscava expressar o estarrecimento e a indignação dos mais conservadores, que, pelo tom dos artigos, estavam na verdade, mais acuados pelas práticas e sentimentos modernos do que ditando as normas. Mais do que impedir o *novo*, o discurso dos católicos buscava preservar pequenos núcleos, retardar modismo, ou talvez, atrasar, por alguns anos, *algo* (reviravolta dos papéis de gênero, o divórcio, o fim do modelo de família patriarcal, etc.) que se anunciava inevitável. Restabelecer o que a sociedade estava perdendo: moralidade, pudor e decência, resultou em fracasso, uma vez que nada *volta a ser como antes*, nem o discurso do caos e da necessidade da ação corretiva deixa de existir ao longo da década. Os progressos tecnológico e econômico não ocorriam sem que as instituições tradicionais e as bases do patriarcalismo, do paternalismo, da obediência cristã, não sofressem abalos.

Os articulistas de outros jornais que, ao contrário de *O Nordeste* (que condenava, músicas, modismos e influências da cultura americana,

<sup>14</sup> NETO, AI. "Geração coca-cola." *O Nordeste*. Fortaleza: 2 de julho de 1953, p.5.

<sup>15</sup> "A decadência cristã." *O Nordeste*. Fortaleza: 21 de setembro de 1953, p.3

patrocinavam e promoviam desfiles de modas), divulgavam os lançamentos dos filmes holywoodianos, e davam espaços para as páginas femininas, de cinema, de noticiário social, opinião sobre a *geração coca-cola* não destoava muito. A degradação moral e a falta de decoro tinham abalado até mesmo os encontros amorosos de moças e rapazes, que, longe da vista dos pais e do público, já não se continham, indo muito além dos olhares cândidos e toque de mãos. Transcrevendo conversa com verdureiro, o jornalista cearense H. Firmeza faz o retrato do namoro moderno:

Bons tempos eram os antigos, como contava meu pai (...). O Namoro era uma coisa séria para casar mesmo. O rapaz só via a namorada de longe, passando na frente da casa dela trepado no estribo do bonde ou pela calçada oposta.

Hoje em dia (...), essas moças praticam o namoro moderno agarradas aos namorados e noivos, indo com eles a toda parte de dia ou de noite, a pé, de jipe ou de automóvel, não percebem que quem quer de fato casar deseja é moça pura, séria e que não permita umas tantas liberdades. Os outros que não namoram para casar e que gostam de namoradas sapecas, esses são perigosos, porque só querem é, como dizem na cantiga, «sassaricar»

Aqui deixo as reflexões do verdureiro para que sirvam de espelho e de advertência tanto para os pais como para as incautas donzelas.<sup>16</sup>

De fato, segundo a imprensa feminina, a moça que permite certas liberdades no namoro, perde em muito o respeito não só com o rapaz, mais com quem fatalmente sabe como se procedeu, vez que era certo que se tornava *mal falada*. Outro comportamento, sem dúvida, muito tentador, que merecia a mesma reprovação, era aceitar insinuantes propostas de rapaz bonito e atraente, oferecendo a garupa da lambreta ou assento do *Cadillac*, com a promessa de um pôr do sol à beira mar, ou de simples viagem até a casa, como instantes de maior privacidade.

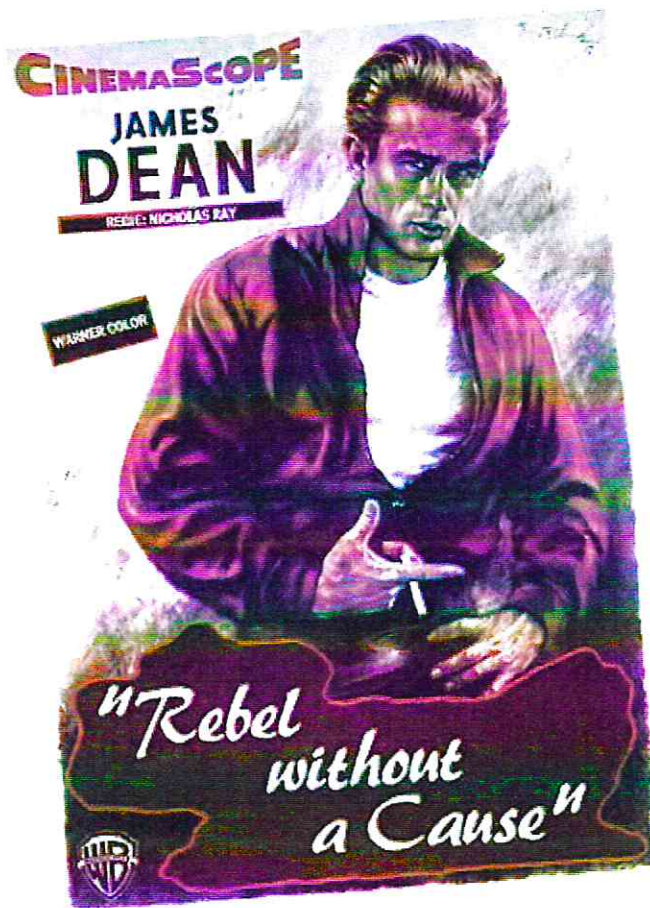
As circunstâncias às vezes exigem mais do que intuição: é preciso haver certa desconfiança. Hoje uma pequena já se dá com um rapaz sem necessidade de apresentações formais. Isso exige dela, porém, muita cautela. A maneira por que ela será tratada depende também muito da impressão que ela causará ao rapaz. Aceitar caronas de desconhecidos é prática que deve ser

---

<sup>16</sup> FIRMEZA. H. "O namoro mais moderno." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 24 de agosto de 1952, p.3.

abolida. (...) A corrida pode levar longe demais. Andar em lugares desertor em horas caladas aceitar companhias de desconhecidos são práticas muito perigosas e desaconselhadas. Pode parecer fora de moda, mas se a mocinha se porta com decência será tratada de modo decente.<sup>17</sup>

Ao que parece, nem todas as moças assimilavam e repetiam o que lhes era apregoado pelas conselheiras sentimentais das páginas femininas, e não resistiam convites tentadores e promessas apaixonadas. A partir do noticiário policial, conclui-se, rapidamente, que muitas pagaram um preço alto por sucumbirem ao desejo de estarem sozinhas com o namorado, ou de aceitarem uma simples carona.



*Frontispício do primeiro cartaz do filme Juventude Transviada.*

Entretanto as moças não eram as protagonistas do que se chamou de geração *coca-cola*, posteriormente *juventude transviada*. Pelo menos, em Fortaleza, os adeptos do estilo *mau e rebelde sem causa*, à James Dean, eram na maioria, rapazes, entre 16 e 25 anos, filhos de família de favorável condição financeira. Característica semelhante ao que se observa sobre a representação do *teenager* americano, nas produções cinematográficas, segundo análises da historiadora Luisa Passerini, de alguns filmes produzidos nos

anos 50, que tematizaram o universo juvenil. Nesses filmes, “as figuras femininas jovens são menos numerosas, sobretudo, menos centrais”, o jovem é o grande foco das produções. Entre as hipóteses explicativas, a moça,

<sup>17</sup> “Confiar desconfiando.” *O Povo*. Fortaleza: 6 de março de 1959, p.6. (O Povo Feminino)

diferente do rapaz, ainda ocupava posição contida, não podendo exercer papéis importantes na sociedade americana, por isso, menos ameaçadora. Em alguns filmes, a moça inclusive tinha o papel de minimizar a rebeldia masculina pela devoção e pelo amor.<sup>18</sup> Ressalta-se, porém, que uma das protagonistas de *Juventude Transviada* era a moça (Judy) que se sente pouco amada pelo pai e se envolve afetivamente com o líder das *gangs*, depois com o Jim. Em outros filmes, como, por exemplo, *Vidas Amargas*<sup>19</sup> e *Férias de Amor*<sup>20</sup>, a mocinha é seduzida pelo rebelde, inclusive abrindo mão de amor sólido e previsível com rapaz que segue o estilo *bom partido*.



*Cenas do filme Juventude Transviada.*

No Brasil, de um modo geral, a juventude dos anos 50, que ousou quebrar códigos de bom comportamento, manifestou-se em vários locais, segundo jornais da época. A preocupação era de que o fenômeno, no país, se tornasse pior do que era nos Estados Unidos, uma vez que os *transviados* eram filhos de famílias de boa condição financeira, e essas pessoas tinham força política, comprometendo a imparcialidade da justiça e trabalho de contenção da polícia.

<sup>18</sup> PASSERINI, Luisa. "A Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois debates sobre os jovens: A Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 50." op. cit., p. 363-374.

<sup>19</sup> KAZAN, Elia. *Vidas Amargas* (*East of Eden*). EUA: 1955.

<sup>20</sup> LOGAN, Joshua. *Férias de Amor* (*Picnic*). EUA: 1955.

Nos Estados Unidos a coisa é diferente. Os réus são julgados, e o que é mais, são condenados na medida de suas culpas. Há poucos dias mesmo, três jovens foram condenados à prisão perpétua por terem violentado uma moça.

Já vêem, portanto, meus caros amigos, que a juventude daqui pode imitar e até superar a dos 'yankes'; a lei daqui é muito mais branda que a de lá.<sup>21</sup>

Em São Paulo, rapazes fundam sociedades de *play boys* (cada sócio pagava quantias em dinheiro para se filiar e manter o grupo), reuniam-se rua Augusta para promover corridas de carro, depedrar prédios públicos e outros tipos de vandalismo.<sup>22</sup> No Rio de Janeiro, os transviados também se tornaram famosos, principalmente após o caso Aída Curi chegar aos jornais locais, muito noticiado, em todo o processo de investigação.

Os *transviados do sul* tinham inclusive um hino, supostamente, composição feita por eles próprios.

Nós somos da juventude,  
da juventude transviada.  
O lema da nossa escola  
é a lambreta e a Coca-Cola.  
Elvis é o nosso mestre  
e Pat Boone o diretor.  
Na nossa primeira aula  
nós aprendemos o rock'n'roll.<sup>23</sup>

Em Fortaleza, a *juventude transviada* também movimentava a cidade, principalmente após 1958, quando o termo passa a ser usado nos jornais locais. Corridas de carro na avenida Treze de Maio (ponto de encontro dos jovens locais), que assombravam os moradores e transeuntes, sobretudo, moças e senhoras, às vezes, ofendidas em sua dignidade, tendo que ouvir piadas, palavrões e insinuações eróticas.<sup>24</sup> Não deixaram em paz os residentes

<sup>21</sup> AQUINO. Almir. "De óculos sem grau: Juventude Transviada: aqui e lá." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 10 de outubro de 1959, p.4. (transcrita do Rio de Janeiro)

<sup>22</sup> VONBAUMCARTEN. Alexandre. "Entidade sinistra fundada em S. Paulo por play-boys." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 28 de fevereiro de 1958, p.5.

<sup>23</sup> *Nosso Século: Brasil (1945-1960)*. op. cit., p 105.

<sup>24</sup> "Rabos de burro' avançaram contra senhoras moças. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 11 de maio de 1959, p.2.

do bairro mais nobre da época, a Aldeota<sup>25</sup>, com gritarias, corridas de carros, e freqüentadores de clubes, praias<sup>26</sup>, cinemas e praças<sup>27</sup>, que, vez ou outra presenciavam brigas, tumultos e outros insultos.

Como solução do problema, vários órgãos representantes da sociedade organizaram eventos, rotineiramente, noticiados e, às vezes, promovidos pelos jornais, como debates em faculdades, campanhas de prevenção e combate à imoralidade, ao uso de entorpecentes, com a publicação de extensas matérias de esclarecimento das causas e das possíveis medidas que, especialmente, os pais, deviam tomar para que seu filho não se tornar-se um transviado.<sup>28</sup>

O repórter policial Telmo Freitas, da *Gazeta de Notícias*, publicou seguidas matérias com o título "Que respondam as autoridades: O que deve ser feito para pôr fim à 'Juventude Transviada'? Depois de perguntar a vários representantes da sociedade, pedir aos leitores que se pronunciassem sobre o tema, e se informasse sobre os casos relatados pela imprensa de todos o país, concluiu que os grandes culpados são os pais dos jovens e a própria imprensa que acaba contribuindo para que os jovens desejem ser notícia no jornal.<sup>29</sup>

No filme *Juventude Transviada*, os pais de Jim, por serem ausentes, além da alusão à decadência do modelo de família patriarcal (o pai fraco é dominado pela mãe controladora), apontada como a principal razão da rebeldia

---

<sup>25</sup> "Famílias residentes à Av Dom Manuel, trecho compreendido entre a Tenente Benévolo e Pereira Filgueiras, procuraram a reportagem GN, para, por nosso intermédio, solicitar providência à Polícia contra o condenável comportamento de certos jovens que, altas horas da noite, se reúnem no citado quarteirão, somente para promoverem desordens, algazarras, além de pronunciarem palavras de baixo calão, perturbando por completo o sossego das famílias (...)." "Av. Dom Manuel reclama polícia para 'play-boys'." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 25 de abril de 1959, p.4.

<sup>26</sup> "Agora, a vítima dos transviados foi um oficial da Polícia, juntamente com a esposa. Em plena praia, numa manhã domingueira, vê-se atacado, com palavrões e atitudes indecorosas, por uma malta de irresponsáveis. Reage, vai agredido a bofetões e ponta-pés." "A verdade é esta: problema que se eterniza." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 3 de junho de 1959, p.3.

<sup>27</sup> "Quebra-quebra na praça Pres. Roosevelt." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 15 de julho de 1958.

<sup>28</sup> "Estará reunida, hoje, às dez horas o Sindicato do professorês de nossa capital. A chamada 'Juventude Transviada', assunto que vem despertando o maior interesse no meio sociais-educacionais (...) é um dos pontos principais da reunião (...)." *O Jornal*. 6 e 7 de setembro de 1958, p.4; "Por iniciativa da Escola de Debates Clóvis Beviláqua da Faculdade de Direito do Ceará, será realizado, às 19,30 horas de hoje, interessante reunião durante a qual será demoradamente debatido o palpitante tema da atualidade - «Juventude Transviada»." *O Jornal*. Fortaleza: 21 de agosto de 1958, p.4.

<sup>29</sup> FREITAS, Telmo. "Concluíram as autoridades: os pais, são os responsáveis pela Juventude Transviada." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 31 de agosto de 1958, última página.

de Jim, cuja a *causa* está em acreditar que seus pais lhe eram indiferentes, e, para chamar a atenção, cometia pequenos delitos. Jim ansiava por uma família amorosa e devotada.

Luís Antônio Groppo diz a juventude “rebelde-sem-causa”, radical e delinqüente, é uma construção que se apóia no surgimento da classe média e da vida urbana nas grandes cidades. Essa juventude também é primordialmente branca e masculina. Para o autor, a juventude ou, como prefere, as juventudes, são vivenciadas e representadas de modo “diferentes para cada um dos gêneros, mesmo quando se trata de indivíduos da mesma classe ou estrato social, do mesmo ambiente urbano ou rural, etnia etc.”<sup>30</sup>

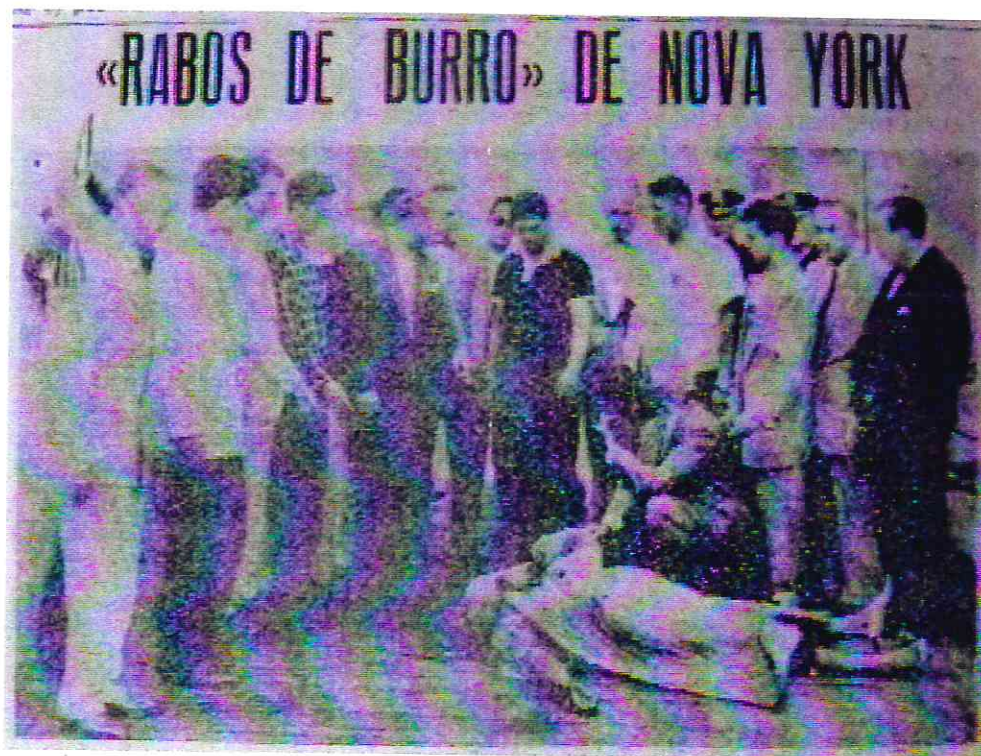
A expressão *juventude transviada*, que substitui a *geração coca-cola* para qualificar jovens rebeldes, sobretudo, mais violentos, na segunda metade da década de 50 (principalmente a partir de 1958), em Fortaleza, durante alguns anos, teve sentido expreso através do conceito *rabo de burro*, surgido nos primeiros anos da década de 50, utilizado pela imprensa local para qualificar alguns jovens delinqüentes que aterrorizaram a cidade, muito antes de *Juventude Transviada* ser exibido.

*Rabo-de-burro* qualificava a juventude iminente masculina, circunscrita ao universo social (especialmente na primeira geração) de classe média, mesmo, de elite, além de fortemente arraigado às especificidades da rebeldia juvenil local, ainda que nunca compreendida apenas como fenômeno isolado, mas como reflexo dos impactos negativos da sociedade hodierna. Em setembro de 1954, o espancamento fatal de “gang de rapazolas do Brooklyn” contra um pai-de-família, em Nova York, foi noticiado na imprensa local sob o título de “«Rabos de Burro» de Nova York”<sup>31</sup>, o que denota a amplitude que o conceito podia assumir, utilizado para significar eventos parecidos fora do Estado, perfeitamente significativo para o público fortalezense, certamente, estranho para pessoas de outra localidade.

---

<sup>30</sup> Ver: GROPPPO, Luís Antônio. *Ensaio sobre juventude e História das Juventudes Modernas*. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

<sup>31</sup> “«Rabos de Burro» de Nova York.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 4 de setembro de 1954, capa



*Rabos-de-Burro de Nova York.*

Os *rabos-de-burro*, ao final da década, serão associam-se, ao fenômeno da *juventude transviada* em Fortaleza, entretanto, é possível observar que não só eles precedem a esse momento, como a conotação e a motivação de suas ações são um tanto quanto diferentes das dos *James Deans* norte-americanos.

### **3.2) Onde anda a sua filha? Denúncia e Perseguição na *Gazeta de Notícias*.**

“*Você sabe onde anda a sua filha?*” - pergunta do jornal *Gazeta de Notícias* aos seus leitores, em 31 de maio de 1959, e repetida dias a fio.<sup>32</sup> Mais que indagação, o jornal promoveu campanha para informar aos pais o que estava acontecendo com suas filhas, além de se propor a ajudar na solução de problemas relacionados à educação, segurança e reputação.

<sup>32</sup> “*Você sabe onde anda a sua filha?*” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 31 de maio de 1959, capa.



"VOCÊ SABE ONDE ANDA A SUA FILHA? É hoje, entregue ao público. Que os pais e os educadores leiam e meditem sobre o que está escrito. Tal acontecendo, nos sentiremos piamente recompensados das canseiras que essa promoção nos trouxe. E dizemos recompensa pois temos a convicção absoluta de que, um pai de família mesmo de mediana inteligência, diante da orientação que procuramos dar, mudará por certo, o seu comportamento no trato da difícil incumbência de dar a palavra de conselho e orientação à juventude, ora semi-abandonada, com pensamento voltado para as lambretas, os 'rock'n roll' e as frivolidades das boites, sem saber que o outro lado da vida é mais belo, mais apropriado às suas vidas iniciantes, mais compatível com suas necessidades espirituais<sup>33</sup> (grifos do autor)

A campanha iniciou logo após três crimes conhecidos como a *Curra*<sup>34</sup> do *Matadouro*, *Curra do Mucuripe* e *Curra do Edifício São Pedro*, que vieram ao conhecimento do público pelos jornais, em 20 de maio de 1959. No primeiro, segundo a imprensa, uma moça do bairro Montese havia sido arrastada para lugar ermo, próximo ao Matadouro Modelo, por quatro rapazes e violentada em seguida.<sup>35</sup> No segundo, quatro *rabos-de-burro* agarram menina de 14 anos, na calçada de casa (Centro da Cidade), por volta das 20 horas da noite. Jogada dentro do carro, rumo à praia do Mucuripe, fizeram-na ingerir oito comprimidos tranqüilizantes, depois a estupraram.<sup>36</sup> No terceiro, três rapazes (dois funcionários públicos Banco do Brasil e Delegacia Fiscal e um estudante de direito) conduziram moças para apartamento no sexto andar do Edifício São Pedro (região nobre, próximo à praia), estuprando-as. O agravante, é que os rapazes inicialmente namoravam as moças até conquistarem a confiança, desvirginavam-nas com promessas de casamento, depois as entregavam aos amigos de forma covarde que as envergonhavam para sempre. A, de apenas 16 anos, engravida depois forçada a aborto com a participação de conhecido médico da cidade.<sup>37</sup> As três *curras* tiveram repercussão na imprensa, no entanto, a terceira tornou-se escândalo de proporções bem maiores,

<sup>33</sup> SAMPAIO, Dorian. "Nossa Promoção." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 9 de junho de 1959, capa.

<sup>34</sup> Violação sexual de um indivíduo, com a cumplicidade de outros.

<sup>35</sup> "Curra no Matadouro Modelo: Mulher atacada por quatro homens." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 20 de maio de 1959, última página.

<sup>36</sup> "«Rabos de Burro» narcotizaram e estupraram moça na praia." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de junho de 1959, última página.

<sup>37</sup> "Curra' com duas menores no edifício São Pedro (praia)." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 20 de maio de 1959, capa.

principalmente pelo fato de os envolvidos pertencerem a famílias tradicionais da sociedade local, enquanto que os acusados da Curra do Matador eram de origem humilde, logo recolhidos à prisão; e os da Curra do Mucuripe *rabos-de-burro*, rapazes que, há alguns anos, cometiam atos de vandalismos, crimes e delitos.

O marcante caso Aída Cury, estudante jogada ou se havia jogado do Edifício Rio Nobre, em Copacabana, depois de violentada por três ou quatro rapazes, em julho de 1958, ainda repercutia com enorme pesar e indignação, na memória dos jornalistas da imprensa local, que também sentiram a dor das famílias atingidas e a preocupação do restante da sociedade com acontecimentos semelhantes no Ceará.

A opinião pública de todo o país ainda comenta revoltada o assassinio de Aída Curi, ocorrido em plena Capital da República. Todos ainda recordam os momentos dramáticos vividos por aquela jovem em defesa de sua honra que *play-boys* irresponsáveis pretenderam macular. O martírio de Aída Curi foi um grito de alerta contra os desregramentos em que está mergulhada a nossa sociedade. (...)

E para que fatos dessa natureza não venham a perturbar a tranquilidade das famílias cearenses, e para que os pais mais tarde não estejam a lamentar a desgraça dentro dos seus próprios lares, é que nos propusemos a escrever esta reportagem.<sup>38</sup>

Esse texto foi usado para revelação, no *Gazeta de Notícias*, das *curras* também em Fortaleza. A *Curra do Edifício São Pedro*, por pressão de pessoas influentes, transcorria em sigilo na justiça. No entanto, mesmo diante da pressão e contrariando o desejo de poderosos da cidade, os jornais locais não se omitiram na divulgação dos fatos, por serem de interesse público.<sup>39</sup> Os crimes sexuais, cada vez mais deixavam de ser resultado apenas de mentes doentias, da falta de segurança nas grandes capitais, vista sempre na ótica dos membros de "famílias de *bem*", atingidos pela falta de escrúpulos, ganância e sordidez dos mais pobres (*maus*), associados ao desmoronamento da ética, do respeito, e da civilidade dos que puderam receber ou recebiam educação escolar de qualidade, desfrutavam do conforto e da segurança de famílias *com*

<sup>38</sup> "Prestará conta à justiça 'curra' de 'gente do bem'." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 20 maio de 1959, última página.

<sup>39</sup> "'Curras'." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 22 de maio de 1959. p. 3. O jornal *O Nordeste*, entretanto, não fez qualquer menção ao fato.

posses, ou, pelo menos, de tradição e prestígio. A mudança era anúncio de que os males da modernidade dourada também tinham chegado a Fortaleza.

A *Gazeta de Notícias* fora, sem dúvida, o jornal que mais esmiuçara o caso, revelando, em dias posteriores, detalhes das investigações. O diário se dizia imbuído da missão de alertar os leitores sobre o problema das *curras*, explicitando os fatos mesmo contra a vontade de “padrinhos fortes e poderosos”, que buscavam garantir a impunidade e o anonimato dos *famigerados* que praticavam esse tipo de crime, sobretudo, assumia o dever de apontar, à “execração pública, todos os que pretendem menosprezar a moral e os bons costumes” do povo.<sup>40</sup>

Nesse clima de indignação e “consciência da responsabilidade e da gravidade do momento”, a promoção *Você sabe onde anda a sua filha?* Foi lançada. O jornal mobilizou repórteres e colunistas, além dos locutores da *Rádio Uirapuru*, para pensar, com a coletividade, as medidas para preservação da moral e do futuro das moças solteiras, cada vez mais expostas ao perigo.<sup>41</sup>

Além de contar com a análise dos articulistas, a *Gazeta de Notícias* toma também a liberdade e a iniciativa de expor fotos de casais de namorados flagrados em bancos, praças, *pés de muro* e portões. O alerta por escrito já não era o bastante: a divulgação dos flagrantes de namorados, na primeira capa, era uma forma não só de intimidar os que se aventuravam a trocar afetos nas praças e ruas, como uma forma mais eficaz de sensibilizar pais, educadores e autoridades para o comportamento cada vez mais ousado dos casais de namorados. Dizendo “prestar um serviço, a família cearense, ultimamente tão ultrajada pelos escândalos denunciados na imprensa e no rádio, envolvendo moças e rapazes da chamada ‘gente do bem’”, passará a fiscalizar e publicizar os “excessos” cometidos longe dos pais e responsáveis. Agora era possível averiguar, se a ingênua filha passava algumas horas nos braços do sedutor, namorado não tão respeitoso como se fazia parecer, ou mesmo, de *rabo-de-burro*.

---

<sup>40</sup> “Advertência às ‘curras’.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 21 de maio de 1959. capa.

<sup>41</sup> “Editorial: Leitor Amigo.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 9 de junho de 1959. capa.



*“À procura de locais ermos.”  
Estudantes gazeam aulas para namorar.  
Gazeta de Notícias / 59*

Imagens, que não revelavam mais que dois namorados (sempre representados com tarja preta nos olhos) conversando, se abraçando ou trocando beijos, provocaram muita discussão com repercussão, admite próprio jornal nem sempre positiva, que, certamente, só podia vir dos “mesquinhos” concorrentes incomodados com o aumento da circulação do jornal por conta da campanha ou de pessoas sem “formação moral e indiferentes ao estado das coisas”, que não abalam o desejo da ampla maioria que enviaram “palavras de incentivo” para o prosseguimento da campanha.<sup>42</sup>

Apesar dos protestos de alguns educandários, sentindo-se difamados pelo jornal ter publicado fotos de alunas devidamente trajadas com o uniforme escolar, que faltam às aulas para encontros furtivos, a campanha recebeu o apoio explícito do Inspetor de Educação Lauro Oliveira Lima, que viu, na

<sup>42</sup> “Você sabe onde anda a sua filha?.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 11 de junho de 1959. capa.; “Campanha da Gazeta’ merece aplausos e louvores do povo.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 12 de junho de 1959. capa

campanha da *Gazeta de Notícias*, valor considerável, já que podia atuar como uma espécie de “policiamento preventivo”, convicto de que a campanha tinha o papel não de punir os jovens flagrados (os rostos são cobertos), mas de alertar e orientar os pais e os educadores, de fato, os culpados, pois eram os responsáveis por disciplinar e vigiar os jovens.<sup>43</sup> Convencido também estava um grupo de alunos da Escola Normal, que se encarregaria de indicar à Direção da instituição, todas as que “devem ser expurgadas do seu meio”.<sup>44</sup>

No entanto, o clima de ‘caça aos jovens degenerados’ não era exatamente uma novidade na imprensa fortalezense da época, ainda que seja a primeira menção a uma campanha organizada, voltada diretamente a *preservação* da honra das moças cearenses. Lendo os artigos sobre educação comportamental e sentimental feminina, as análises sociais e opinativas dos acontecimentos hodiernos e até as reportagens policiais, encontramos, ao longo da década de 50, um discurso permanente de condenação e denúncia de suposto caos e degradação da sociedade, principalmente, das novas gerações. Um dos exemplos mais claros desse investimento da imprensa, nos problemas da juventude da época, foi a perseguição promovida contra os chamados *rabos-de-burro*. Personagens emblemáticos da presença da *juventude transviada*, no Ceará, até os dias de hoje fazem parte das lembranças de muitas senhoras que viveram a adolescência, nos anos 50, e não se esquecem dos dizeres da mãe: “Menina, cuidado com os *rabos-de-burro*”.<sup>45</sup>

### **3.3) De Pínduca Boys a Rabos-de-Burro: crime, sensacionalismo e sátira.**

Nas páginas policiais, nos anos 50, os crimes passionais, suicídios, acidentes de trânsito e domésticos (choques elétricos, queimaduras, quedas), a ação sorrateira dos *gatunos*, o uso de entorpecentes e as brigas provocadas

<sup>43</sup> “Onde anda a sua filha? É policiamento preventivo da cidade:” Lauro Oliveira. *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 de julho de 1959. pp. capa-7.

<sup>44</sup> “Alunas do Normal vão fazer campanha de moralização.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 2 de junho de 1959. p. 4

<sup>45</sup> Os *rabos-de-burro* foram lembrados com facilidade por todas as mulheres que viveram em Fortaleza nessa época.

por bebidas eram os assuntos predominantes. Além das ocorrências locais (também interior do Estado), os casos mais escabrosos de outras regiões, especialmente, ocorridos na Capital Federal, viravam manchete de capa (ou da última página<sup>46</sup>). A maioria dos protagonistas das notícias policiais era formada por indivíduos advindos das camadas mais pobres da população. Na pior das hipóteses, os membros *das famílias de bem* eram as vítimas de atos criminosos ou denunciantes dos abusos *contra ordem e a moral pública* cometidos por *mundanas*, menores abandonados, bêbados, tarados e malandros.

No entanto, na primeira metade da década de 50, sobrenomes de famílias tradicionais do Estado passaram a freqüentar o noticiário policial não mais como vítimas, mas como agressores. Acusados de arruaceiros, desordeiros, depravados, moleques, *filhinhos de papai* e *playboys*, herdeiros das famílias Araújo, Colares, Portela, Alcântara, Saraiva Leão, Medeiros Dias, Sampaio Lima, entre tantas outras, se tornaram famosos pelos freqüentes atos de vandalismo e rebeldia, causando espanto e terror na população, indignação nos jornalistas e articulistas, e precaução nas autoridades.

Não eram marginais comuns, mas rapazes que dispunham de automóveis e cometiam abusos contra as moças, geralmente estudantes desacompanhadas. O número de casos aumentou rapidamente e o assunto passou a ser discutido através dos jornais, sendo alvo de intensos debates na Câmara Municipal.<sup>47</sup>

Os jovens *rebeldes*, provenientes de famílias tradicionais agiam preferencialmente em grupo, na calada da noite, sob a chefia de um líder, por isso, logo passaram a ser conhecidos e denominados, na imprensa, pelo nome de chefe de cada grupo. O chefe e demais membros, por sua vez tinham um apelido, quase sempre *escrachado*, que escondia verdadeira identidade. Existiam assim a Turma do *Pínduca*, Turma do *Cabeção*, Turma do *Atapu* (nome também de localidade periférica da cidade), mas, sem dúvida, a que ganhou mais repercussão, no noticiário policial, foi a Turma do *Rabo-de-Burro*.

<sup>46</sup> A última página dos jornais *O Povo*, *O Jornal*, *Gazeta de Notícias*, *Correio do Ceará*, *Unitário*, e *O Nordeste* era preenchida por grandes manchetes, semelhante à capa, e cujo texto das notícias anunciadas se encontravam ou terminavam nas páginas interiores.

<sup>47</sup> JUCÁ. Gisafran Nazareno Mora. *O Lazer em Fortaleza (1945-1960)*. In *Cadernos do Nudoc*. Fortaleza: UFC/NUDOC, 1996. p. 23.

A origem da Turma dos *Rabos-de-Burro* vem da segunda metade dos anos 40, quando meninos de Centro da Cidade passaram a se reunir nas imediações das ruas 24 de Maio, Pedro I e Duque de Caxias, para imitar policiais, no "patrulhamento do quarteirão", "guerrear", promovendo pequenos combates improvisados e lutas entre si. Brincadeiras, a principio, até saudáveis, mas logo se tornaram violentas, acarretando transtorno para os moradores locais. Gritarias, vidraças de carro e de casas quebradas e outros pequenos incidentes passaram a ser efeitos desses encontros. Os meninos, com idade média de 10 anos, foram crescendo e, com eles, a gravidade dos atos. Mesmo com a intervenção constante da polícia, a tranquilidade, antes reinante, jamais voltaria a ser restabelecida, haja vista que a ação policial não resultava em punições severas dos arruaceiros. Os pais dos rapazinhos sempre encontravam um meio de livrar os filhos do poder da lei, usando da própria influência ou a de padrinhos para demover o senso e o poder de justiça das autoridades competentes, assim como remediando os atos dos filhos, comprando o silêncio e sanando os danos dos mais prejudicados.

Fernando Medeiros Dias, conhecido como Pínduca, era apontado como líder dos rapazes endiabrados do Centro, por isso, o grupo passou a ser conhecido como Turma do Pínduca. Seus pais, no entanto, cansados das inúmeras dores de cabeça do filho, finalmente convenceram-se de que a saída mais eficaz, para o caso, era deportá-lo para o Rio de Janeiro mantendo-o longe das confusões e de um previsto corretivo mais rígido por parte da lei ou dos agredidos.

No entanto, a família de Fernando Medeiros Dias conseguiu apenas resolver o próprio problema, não o dos demais fortalezenses. Pouco tempo após o afastamento de Pínduca, novo líder surgiu e assumiu a chefia da turma, cujo comando, no entanto, foi ainda mais determinante para a manutenção da fama e da disseminação do medo. Mais violentos, mais perigosos e perversos, a turma do novo líder *Rabo-de-Burro* se torna bem mais conhecida que a do antecessor.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Todas as informações dos três últimos parágrafos foram retiradas do livro: TEMOTEO. Juarez Furtado. *O crime de calças curtas*. Fortaleza: 1960. s/e.

Segundo o memorialista Blanchard Girão, o nome *rabo de burro* tinha surgido de reunião entre os repórteres Juarez Temóteo, Aduino Gondim e o redator Luiz Edgar Andrade, na sede do jornal *Correio do Ceará*. Depois de mais uma das ações dos “filhinhos de papai” desordeiros, sob a chefia do líder conhecido por Cu de Burro, os jornalistas tentaram encontrar uma alternativa para noticiar o fato sem que o apelido Cu de Burro, extremamente agressivo, fosse publicado. A alternativa encontrada pelos três foi a substituição do primeiro nome do apelido por um sinônimo.<sup>49</sup>

Juarez Furtado Temóteo, um dos participantes da reunião, que decidira o nome, se tornou uma espécie de *caça-rabos-de-burro* na imprensa fortalezense, seguindo a linha investigativa dos *Diários Associados*, do qual o *Correio do Ceará* e o *Unitário* faziam parte, em Fortaleza, especialmente, desenvolvida pelo repórter David Nasser, responsável por levar, para as páginas de *O Cruzeiro*, a ação dos *transviados* cariocas, com a cobertura do assassinato da estudante Aída Cury. Sem o mesmo tom sensacionalista do repórter de *O Cruzeiro*, Juarez Temóteo, assumiu, para si, a tarefa de investigar, denunciar e cobrar providências das autoridades. Apesar de suas investigações nem sempre se referirem apenas ao universo da delinquência juvenil (também costumava noticiar os bastidores da polícia, os desmandos e enriquecimento fraudulentos de alguns homens do *high society* da época) a ação de jovens desordeiros foi sempre um assunto de sua preferência. Em maio de 1960, lançou, pelo *Correio do Ceará*, reportagens, em série (na verdade, uma coletânea escrita nos últimos quatro anos), sob o título *Crime de Calças Curtas*, em fazia um retrospecto dos atos criminosos que mais escandalizaram a sociedade fortalezense, cometidos por jovens, membros das elites e das camadas populares. A série com 10 edições se encerrou no mês de julho e fez tanto sucesso entre os leitores que, no mesmo ano, foi editada em livro, de mesmo título, lançado para todo o Estado. Ainda que o livro não tratasse apenas aos *rabos-de-burro*, três dos seus capítulos se dedicam ao assunto. E é de Juarez Temóteo a teoria mais aceita para o surgimento do grupo, conforme parágrafos acima.

---

<sup>49</sup> GIRÃO, Blanchard. *Sessão das Quatro*. Cenas e atores de um tempo mais feliz. Fortaleza : Editora ABC, 1960, p. 122.



Provavelmente a Turma do Pínduca agiu, até junho de 1954, quando cinco elementos do grupo (sem líder) promoveram um quebra-quebra no *cabaret* da Santa e foram levados pela Rádio Patrulha.<sup>50</sup> No mês seguinte, mais precisamente, no dia 6 agosto, os acusados da confusão no *cabaret* da Santa e mais sete outros (incluindo dois soldados das forças armadas) foram fichados como desordeiros pela polícia, apontados pela imprensa apenas como *rabos-de-burro*. Desde então, a Turma do Pínduca deixou de ser noticiada<sup>51</sup>. O nome *rabo-de-burro*, ao que parece, era mais uma denominação da imprensa que propriamente título aceito pelos rapazes dos delitos, haja vista que, ao mandarem ameaça à direção dos jornais que os perseguiam, assinaram o bilhete como *Pínduca Boys* e não *Rabos-de-Burro*<sup>52</sup>, indício de que alguns repórteres policiais criaram não o título, com o conceito de “*rabos-de-burro*”, passando a definir a partir de então aqueles que se enquadravam ou não como *rabos-de-burro*. O nome dos rapazes, endereço, muitas vezes, nome e profissão do pai eram informados no noticiário de alguns casos, transmitindo a sensação de que era necessário apontar, com fidedignidade, “quem” era *rabo-de-burro*, sobretudo, comprovar origem nobre para que ficasse claro que não se tratava de delinqüente comum, mas de oriundo de “famílias de bem”, do mesmo bairro, das classes mais abastadas (para as quais discurso do jornal claramente se dirigia), que estuda nos bons e restritos colégios da cidade, e até tem acesso aos delimitados espaços de lazer que as elites freqüentavam, como os clubes elegantes.

De baderna, ou de mais um escândalo promovido pela bebedeira de um desajustado qualquer da periferia, a rebeldia juvenil passou a ameaçar a reputação moral das famílias mais tradicionais do Estado. Foi “coberta de vergonha”, a família cearense recebem a notícia de que a repercussão das ações dos *rabos-de-burro* extrapolou as fronteiras do Estado, e foi manchete do *O Jornal*, na Capital Federal, da agressão que o jornalista Juarez Temoteo sofrida dias atrás, quando alguns *rabos-de-burro* o espancaram em retaliação

---

<sup>50</sup> “Cinco elementos da Turma do Pínduca.” *Gazeta de Notícias*, Fortaleza: 21 de julho de 1954, p. 2.

<sup>51</sup> “Desarticulá-se a turma dos ‘rabos de burro’.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 6 de agosto de 1954, p. 6.

<sup>52</sup> “Os ‘rabos-de-burro’ fazem ameaças (vãs) à imprensa.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 29 de julho de 1954, última página.

às constantes matérias sobre o assunto. A matéria do *Correio do Ceará* enfatiza a necessidade de expulsar, dos quadros dos clubes cearenses como Náutico e Maguari, os jovens delinqüentes e “indesejados”, conhecidos como *rabos-de-burro*, que se nomeiam como *pinduca juniors*, afastando-os do convívio de outras famílias, a fim de não macular ainda mais a imagem da sociedade cearense.<sup>53</sup> Uma vez que os colunistas sociais da época não se cansavam de demonstrar quão elegante, moderno, competente e animado era o *high society* local, formado por pessoas de bem, que desfrutavam do respeito de pessoas importantes do país, sem dúvida, os *rabos-de-burro* ameaçavam as pretensões dos colunistas, e, provavelmente, dos colunáveis em demonstrar o grau de refinamento, que distoava de outros centros de maior magnitude.<sup>54</sup>

Mesmo sob a perseguição da imprensa, que, de certo, contribuiu para a dimensão dos acontecimentos, as ações de jovens desordeiros, oriundos de classes abastadas, continuaram, e o nome *rabo-de-burro* se popularizou rapidamente. No linguajar popular, no entanto, os *rabos-de-burro*, ao que parece, perderam um pouco do tom de seriedade empregado pelos articulistas que comentavam e noticiavam os fatos nos jornais, tornando-se tema de marchinha de carnaval, em 1955.

A nossa crônica carnavalesca entrevistou, à tarde de ontem, o aplaudido compositor cearense Hortêncio Aguiar, autor da marcha carnavalesca ‘Rabo de Burro’, que está caindo, como se diz, no gosto do povo. Evidentemente, a composição em apreço vem sendo cantada nos quatro cantos de Fortaleza, constituindo-se um autêntico sucesso carnavalesco. (...)

A respeito de sua marcha, disse o autor: ‘não queria passar este carnaval em brancas nuvens, isto é, sem compor nada. Há meses, o assunto dominante na imprensa era, como é do conhecimento de todos, os ‘rabos de burro’, rapazes que vinham pondo em sobressalto a sociedade fortalezense. Então, aproveitei o sugestivo tema para compor esta minha marcha, que espero seja vitoriosa no concurso da Ceará Rádio Clube.’<sup>55</sup>

<sup>53</sup> “Cobertas de vergonha famílias cearenses: «Rabos de Burro» freqüentam clubes elegantes de Fortaleza.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 30 de julho de 1956, última página.

<sup>54</sup> Até o presente momento, não foi encontrada qualquer menção as confusões provocadas pelos *rabos-de-burro* nas colunas sociais dos jornais pesquisados.

<sup>55</sup> “‘Rabo de Burro’, grande para o carnaval cearense de 1955.” *O Povo*. Fortaleza: 10 de fevereiro de 1955, p. 4

A música, na voz dos cantores cearenses Keyla Vidigal e Lúcio Sampaio, conquistava o primeiro lugar das rádios, posteriormente, o título de campeã do carnaval de 1955. O sucesso da canção, de melodia fácil, se explica também pela fama que os *rabos-de-burro* adquiriram desde o ano anterior. O texto da canção é dirigido às moças e alerta para o perigo que os *rabos-de-burro* representavam:

Rabo de burro não quer conversa não  
Quando pega o brotinho na escuridão  
Você tome cuidado com essa cara jururu  
Rabo de burro é malvado pra xuxu.

Se falta luz é uma agonia  
Dá muita atrapalhação  
Se você pensa que feiúra é garantia.  
Rabo de Burro não escolhe cara não.

O sentido da letra se explica pelo fato de os *rabos-de-burro* serem tidos como *sedutores* (ou *raptos*) em potencial, que, após aliciar ou apenas raptar vítimas, fugiam da responsabilidade de qualquer compromisso posterior. Entre os possíveis casos, destaca-se a ação de *rabos-de-burro* mascarados que forçavam moças, na rua, a entrarem nos carros, depois levadas para locais desabitados onde eram “submetidas aos piores vexames”.<sup>56</sup> Existiam também os casos de sedução e posterior abandono, como o de uma “mocinha”, de 16 anos, conduzida pelo namorado “pertencente a nossa sociedade”, que “dizem que é *Rabo-de-Burro*”, para casa suspeita de propriedade da marafona Isaura, depois de ter passado a noite com a mocinha, que antes de acordar, fugiu da casa sem deixar pistas.<sup>57</sup>

Com o medo das mocinhas, diante do ataque dos *rabos-de-burro* às mais indefesas ou descuidadas, a música de Hortêncio Aguiar faz sátira carnavalesca.

Arruaças e Quebra-quebras em pensões alegres, quermesses e bares são outras ações cometidas por *rabos-de-burro*, até mais noticiados que os

<sup>56</sup> “Mascarados agrediram ontem uma senhora e uma parenta desta.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 31 de julho de 1954. p.2; Uma facada no coração. *O Povo*. Fortaleza: 2 de agosto de 1954, p. 8.

<sup>57</sup> “Façanha de um ‘Rabo-de-Burro’: Raptou e violentou uma menor.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 20 de agosto de 1965. p.4.

casos de rapto e sedução, provavelmente, mais pelo receio de muitas moças em denunciar a violência sofrida, do que pela desconfiança dos repórteres policiais em noticiar o fato ou provocar pânico da população. Alguns leitores, no entanto, já se manifestavam contra o destaque que alguns órgãos de imprensa, especialmente os da cadeia dos Diários Associados, estavam dando aos ataques de *rabos-de-burro*, apenas contribuindo para a notoriedade dos delinqüentes, ao invés de investir nos bons feitos realizados pela família de bem.<sup>58</sup> Mesmo sob protestos, o fato é que, ao longo da década de 50, os *rabos-de-burro* mantiveram-se presentes no cotidiano da cidade de Fortaleza, tendo as ações noticiadas em manchetes com grande destaque pelos jornais da época.

É possível distinguir dois momentos das notícias sobre os *rabos-de-burro*, em Fortaleza: o primeiro centrado entre os anos de 1954 e 1956, depois de intervalo de um ano (1957), os casos voltariam às manchetes dos jornais em 1958, adentrando a década de 60.

Os classificados por *rabos-de-burro* eram principalmente rapazes oriundos de famílias de classe média ou classe média alta, descendentes da primeira formação da Turma do Pínduca, que renegavam o título de *rabos-de-burro* e cometiam, principalmente, quebra-quebra de prostíbulos, brigas em festas e bares, e raptos de moçinhas.

No segundo, a volta dos *rabos-de-burro*, depois de um ano de calmaria, foi atribuída à onda de filmes americanos que supostamente insultavam a violência e a *rebeldia* entre os jovens. *O Selvagem*, exibido no final de 1957, *Sementes da Violência*, em julho de 1958, logo depois, no mesmo ano, *Juventude Transviada*, fora apresentada no aguardado cine São Luiz. Armados de lambretas (anteriormente eram carros) e topetes com brilhantina, alguns jovens da baixa classe média também aderiram à onda transviada. O conceito *rabo-de-burro* se tornou mais abrangente, perdendo parte do significado original.

---

<sup>58</sup> "Os «Diários Associados» pasto de figuras imorais. Justa revolta dos leitores honrados." *O Nordeste*. Fortaleza: 25 de outubro de 1954.

### 3.4) A primeira geração de *Rabos-de-Burro*.

O fenômeno dos rapazes de famílias de boas condições que praticam atos de delinqüência juvenil, no início, era justificado pelos que discutiam o tema na imprensa (leitores, jornalistas, articulistas, padres, médicos, etc.) como fruto da má educação que os pais estavam dando aos filhos, o agravamento de alguns atos de *molecagem*<sup>59</sup> praticados por jovens, em espaços públicos (praças, cinemas e escolas), e a perda de valores morais tradicionais por parte da juventude da época. Segundo o jornalista H. Firmeza, reafirmando o sermão do padre, na missa de domingo, era preciso que a sociedade estivesse mais atenta aos rapazes de boa família, mal-educados que têm o costume de se reunir em praças e esquinas para fazerem piadas com as moças e insultar pais de família. Atos isolados estavam se tornando cada vez mais graves, e o perigo da imoralidade e do desrespeito dos jovens para com os cidadãos, os pais e as autoridades, correndo o risco de total descontrole.

---

<sup>59</sup>A *molecagem* seria uma espécie de espírito zombeteiro genuinamente cearense que já se manifestava desde século XVIII, e que segundo o historiador Marco Aurélio Ferreira da Silva, contribuiu para uma identidade que é atribuída aos cearenses (hoje reforçada pela quantidade de humoristas do estado que fazem sucesso em outras regiões há algumas décadas) de serem um povo que apesar do sofrimento e da vida difícil não perde o humor. Entre algumas manifestações do que ficou conhecido como "Ceará Moleque", destacam-se a criação de alguns pasquins, que se caracterizavam por humor satírico e jocoso. Entre eles se destacariam *O Moleque* (1890), *O Chocalho* (1898), *Bemteví* (1892) entre outros, que em seus textos buscavam contribuir para "a contenção de sentimentos, de determinados hábitos, gestos e sensações, etc., procurando o embaraço e a vergonha da daqueles que em suas maneiras cotidianas de ser, isto é, no viver social da cidade, não se enquadravam numa postura de urbanidade civilizada." O objetivo era fazer piadas que intimidassem aqueles que não tivessem maneiras e comportamentos associados à modernidade e a deiscência, sobretudo ridicularizando em público detalhes da vida particular e mesmo amorosa de membros da idade. SILVA, Marco Aurélio Ferreira. Uma Fortaleza de risos e molecagem. In SOUSA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro. *Comportamento*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002. Igual por se centrar no humor, mas adverso na intenção, o Sebastião Rogério Ponte identificou um espírito de molecagem em alguns *tipos populares* (Tertuliano, Chagas dos Carneiros, Casaca Urubu entre outros nomes) que custavam se reunir na Praça do Ferreira para zombar dos passantes e fazer piada o processo de ordenamento urbano e normatização de práticas sociais, a que o povo mais pobre da cidade teria sido submetido pelo projeto das elites de transformar Fortaleza numa cidade moderna e civilizada aos moldes europeus. PONTE, Sebastião Rogério. *Fortaleza Belle Époque: reformas urbanas e controle social (1860-1930)*. 2ª ed. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 1999. p. 175-185.

(...) nos tempos atuais, os pais quase geralmente perderam a autoridade que outrora, no regime da peia e da palmatória, tinham sobre os filhos.

De pequeninos logo, êstes se habituam a não obedecer, de modo que ao atingirem a adolescência fazem ouvidos de mercador às advertências e aos conselhos paternos.

Se tivermos uma polícia de costumes será a mesma coisa, pois guardas de serviço não querem agir contra os filhos de famílias importantes, e falta-lhes também a educação necessária para, com bons modos, sem pancadas nem prisões chamar à ordem os malcriados. (...)

Continuaremos a ser o mesmo Ceará Moleque de 50 anos atrás, porém com um grau de imoralidade muito maior e educação mais imperfeita.<sup>60</sup>

A molecagem, em cinemas e casas de diversão, de “moleques de gravata” e “filhinhos de papai”, sempre foi assunto que incomodava, sobretudo, católicos que escreviam em *O Nordeste*, que não se cansavam de denunciar ações que tinham, como único objetivo, *acanalhar* o ambiente e impedir que as pessoas de família pudessem freqüentar esses espaços. Nem mesmo na sessão de cinema mais concorrida da cidade, a das quatro, aos domingos, no Cine Diogo, onde os rapazes (apenas de paletó) e as moças do *society* com os mais caros vestidos, se encontravam para depois se dirigirem à Tertúlia do Maguari, estavam imunes aos desordeiros.

Bombas explodidas em plena sessão cinematográfica, piadas imorais são ditas aos altos gritos, nomes feios são proferidos a todo instante, enfim, um canalhismo que merece punição.<sup>61</sup>

Com os *rabos-de-burro*, entretanto, as molecagens e brincadeiras dos *filhinhos de papai* se tornaram mais violentas. Casos de grande repercussão, em 1955, foi ação dos *rabos-de-burro* contra estudantes (calouros) que festejavam a aprovação no curso de Direito da Universidade Federal do Ceará, com animado *pic-nic*, no Balneário Pirapora, em Maranguape. Pouco depois das 15 horas, um grupo de seis *rabos-de-burro* invadiu o local portando facas e revólveres, depois de constrangerem os convidados, surraram um dos

<sup>60</sup> FIRMEZA H. *Ceará-Moleque*. *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 1 de julho de 1953.

<sup>61</sup> “Empenhada a polícia em acabar com a molecagem nas casas de espetáculos.” *O Nordeste*. Fortaleza: 10 de maio de 1955, última página.

estudantes, com socos e pontapés, que por pouco não o levaram a óbito.<sup>62</sup> Dias depois, o *Correio do Ceará* estampava a foto de dezenas de estudantes de Direito que organizaram um protesto contra os *rabos-de-burro*, e pediam o apoio dos jornais e da Justiça para que se organizasse campanha para acabar com os *famigerados*.

Todavia, mesmo entre os alunos da Faculdade de Direito, era possível encontrar *rabos-de-burro*, pois o jornal *Diário do Povo* identificou como “autêntico *rabo de burro*” (um dia depois da ocorrência pela primeira vez), um jovem que agrediu um desembargador (derrubando-o da cadeira dando-lhe socos), sem qualquer motivo aparente, enquanto este tomava um cafezinho com amigos no Abrigo Central.<sup>63</sup>

As ações dos *rabos-de-burro*, noticiadas no dia seguinte, raramente eram seguidas de novas informações da apuração feita pela polícia, ou mesmo do trabalho investigativo dos repórteres, na tentativa de descobrir motivo da violência, entrevistando o acusado ou a vítima. De imediato, era atribuída, como desculpa, aos *rabos-de-burro* e às ações que cometiam, a perda temporária da sanidade mental, rebeldia ou irresponsabilidade. O mesmo tom era empregado aos casos de outros delinqüentes juvenis (não chamados de *rabos-de-burro*), que também tinham boas condições financeiras e cometiam delitos, como molecagens nos cinemas. Dificilmente os culpados eram punidos ou, pelo menos, a pena não era noticiada pelos jornais, havendo cobrança por justiça apenas nas datas próximas ao ocorrido, que posteriormente caía no esquecimento.

Aos de jovens que cometiam ações semelhantes às dos *rabos-de-burro* ou *filhinhos de papai* delinqüentes, especialmente a *sedução* de moças<sup>64</sup> e

---

<sup>62</sup> “Estúpida agressão, em Maranguape, a um acadêmico de direito.” *O Povo*. Fortaleza: 18 de abril de 1955, p.8; “Voltam a ação os ‘rabos de burro’ agora com revolveres à mostra. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 18 de abril de 1955, p. 8.

<sup>63</sup> “Agredido um juiz de Fortaleza no Abrigo Central.” *Diário do Povo*. Fortaleza: 22 de Agosto de 1956, capa. “Rabos de Burro» da Faculdade de Direito agride desembargador.” *Diário do Povo*. Fortaleza: 23 de Agosto de 1956, capa.

<sup>64</sup> Jovem de 15 anos, residente no Pirambu (bairro pobre) foi desvirginada pelo namorado de 19 anos e o cunhado de 29 anos, . “Mais um tarado.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 23 de julho de 1955. Jovem sapateiro, roubava jipes (que depois eram abandonados), apresentava-se como advogado para a família de moças pobres e depois de conquistar a confiança da moça e da família às violentava. “Dizendo-se defensor da família seqüestrou e violentou a jovem.” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 4 de abril de 1958, última página. “Roubou o jipe (ligação direta)

brigas em bares e lupanares<sup>65</sup>, era-lhe atribuídas má índole, crueldade, vida desregrada (álcool e maconha<sup>66</sup>). Nesses casos, os acusados, na maioria, eram presos (os *rabos-de-burro* eram fichados, depois libertados), com fotos publicadas no jornal (os *rabos-de-burro* só seriam fotografados a partir de 1958). De certa maneira, o título de *rabos-de-burros*, *rebeldes sem causa e transviados* (a partir de 1958), *moleques de gravata*, *playboys*, *desordeiros*, *filhinhos de papai* e outros, era uma forma de minimizar a gravidade dos delitos dos filhos das *famílias de bem*, enquanto que os mais pobres eram chamados apenas de *tarados*, *criminosos*, *maconheiros*, etc.

O advogado Edson Paixão, ao comentar mais uma ação dos *rabos-de-burro*, apesar de os qualificar como criminosos (apenas depois da primeira vítima fatal), alega que, apesar de filhos de “famílias boas”, agem como se não o fossem, confundindo-se com gente de “baixa condição social”

(...) os ‘Rabos de Burro’ tomaram conta da cidade. Eram filhos de comerciantes ricos, de papais donos de ‘Cadilacs’ que desfrutavam de prestígio perante o Governo capaz de fazer continuar, impune, esses rapazes, moleques de gravata, mas que, pela suas tristes façanhas, demonstraram ser gente de baixa condição social.<sup>67</sup>

Os *delitos* dos jovens de classe média alta eram atribuídos, sobretudo, à má influência da cultura americana, à falta de autoridade dos pais, ao desapego à religião e a outras tantas desculpas, enquanto que os *crimes* cometidos pelos jovens mais pobres eram resultado da falta de ação enérgica da polícia e da justiça. Ou seja, o *rabo-de-burro* (por exemplo), não era de todo mau, estava apenas perdido, *transviado*, rebelde momentaneamente. Até merecia punição (para aprender a não repetir e servir de exemplo), mas era mais uma vítima dos *novos tempos* do que um criminoso em potencial. Sua juventude servia para reafirmar despreparo e irresponsabilidade. Cometia o

---

e abalroou com uma casa – preso novamente às voltas com a polícia o indivíduo Eder Ribeiro Verde. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 23 de maio de 1958, última página.

<sup>65</sup> “Cachaçadas violentas no «Digabar».” *Correio do Ceará*. Fortaleza: 3 de outubro de 1953, última página.

<sup>66</sup> Juárez Temóteo afirma que os *rabos-de-burro* também faziam uso de maconha, entretanto, pelo menos na primeira fase (1954-1956) só foi observada apenas uma menção ao fato nos jornais. TEMÓTEO, Juárez Furtado. *O crime de calças curtas*. op. cit. p. 15-19.

<sup>67</sup> PAIXÃO, Edson. “Polícia e ‘Rabos de Burro’.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 19 de maio de 1955.



crime, por ser imaturo, influenciável e despreparado. O criminoso *comum*, pobre, ainda que jovem, fazia-o porque não tinha caráter, vivia em ambiente desregrado (sobretudo no que refere ao consumo rotineiro de cachaça, maconha e éter), sem valores morais, propenso ao crime. Muitas vezes, era até apresentado como vítima, não da inseqüência e da imaturidade da sua juventude ou da rebeldia passageira provocada pelo mimetismo dos artistas de cinema, mas da condição social (não etária). O crime tinha *causa*. Os *rabos-de-burro* precisavam ser salvo pela família, pela justiça, pela igreja e pela comunidade, os criminosos pobres deviam ser contidos pela cadeia, pela polícia e pela distância. Não viravam tema de marchinha carnavalesca ou motivo para se dançar e brincar o carnaval.

Os *delitos* dos *rabos-de-burro*, apesar, muitas vezes, da repercussão bem maior do que dos *crimes* semelhantes, dos rapazes pobres, justificam-se pelo ineditismo do fato, por atingir pessoas da classe média e por estar colocarem em risco a sucessão daqueles que se esperava assumissem, em breve, cargos e posições de destaque na sociedade. A gravidade e o estarrecimento dos que escreviam nos jornais não estava no *delito* em si, mas em quem o cometia.

Entretanto um *crime* cometido por três *rabos-de-burros* fez com que a turma perdesse a controlar a atitude mais irresponsável e até um pouco moleque, ou sem vista, que faria os *rabos-de-burro* sumirem do noticiário policial por um ano inteiro.

Estavam bebendo no lupanar Rancho da Jurema, Odelito Colares “um dos fundadores dos ‘Rabos-de-burro’ e elemento arruaceiro de péssimos antecedentes”, Edwaldir Andrade, e Carlos de Freitas, o ‘Carlos Gaguinho’, “filho de funcionário da prefeitura”. Poucas horas depois, o motorista de carro de aluguel, 34 anos, casado, Moacir Severino Duarte, chega ao lupanar para beber com amigos. Sem qualquer motivo os *rabos-de-burro* “viraram as mesas, quebraram garrafas e copos, e puseram o ambiente em polvorosa”. Minutos depois, Moacir estava ao chão, sangrando, em virtude de faca da na região do fígado.<sup>68</sup> O crime, noticiado de forma diferente pelo Correio do Ceará (teria

---

<sup>68</sup> “Eis aí o resultado da impunidade: ‘Rabos de Burro’ de faca em punho.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 11 de maio de 1955, capa.

ocorrido na Pensão da Hermecena e os envolvidos seriam cinco *rabos-de-burro* e não três), segundo versão dos acusados, foi cometido por Carlos Gaguinho, por ciúmes de uma das *mundanas* que era sua amante. Na versão de Lalinha, uma das *mundanas*, por um ato de bravura, Moacir teria tentado intervir quando os *rabos-de-burro* iniciaram a confusão.<sup>69</sup> Felizmente o *chauffeur* não faleceu, e os *rabos-de-burro*, ao que tudo indica, responderam o inquérito em liberdade.

Os quebra-quebras em pensões prosseguiram nos meses seguintes, a ponto de, numa mesma noite, a turma de “moços irresponsáveis e arruaceiros” agirem em vários pontos da cidade, e com o detalhe de um deles ser o irmão mais novo do “celebre Pínduca”, o que levou a imprensa a os chamar de “neo-rabos-de-burro”.<sup>70</sup> Meses depois, em 15 de abril de 1956, um guarda noturno encontrou o corpo de um rapaz, na Praça do Ferreira (Juarez Temóteo afirma na Praça Nossa Senhora do Carmo). Após investigações da polícia, chegou-se a conclusão de que o comerciante, Vandi Queiroz, havia sido espancado até a morte pela “trinca-mor dos rabos de burro”, formada por José Abraão Aquino, José Colares e José Maria Melo.<sup>71</sup> Dessa vez, os pais e os padrinhos não deram jeito e os *rabos-de-burro* foram presos.

Eles não mais se encontram diante de uma bravata ou de uma simples bazóia. É a realidade. Um fato brutal. Aquilo que lhes vem à memória, agora, não é uma cena imaginada, uma desordem cujos resultados não passam de um amontoado de cadeiras e garrafas quebradas em alguma pensão de subúrbio. É a vida de um corpo rebentado a pauladas, inerte, sem vida. É homicídio. (...)

José Colares, José Maria Melo e Abraão de Aquino são as últimas vítimas. Vítimas feita pela displicência de pais e autoridades. Se as medidas repressoras se houvessem manifestado rigorosamente no início, tudo estaria hoje às mil maravilhas. Os três jovens vão aguardar na cadeia o pronunciamento ou não pelo Tribunal. Os seus companheiros assistem de fora o desenrolar do drama. Se a Justiça despronunciá-los e a impunidade for o prêmio de seu crime, então, pobres rapazes, eles continuarão em sua marcha acelerada para a celebridade triste que lhes conferirá as colunas policiais dos nossos jornais.

<sup>69</sup> “A agressão ao ‘chauffeur’: ‘Rabos de Burro’: Prossegue o inquérito. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 17 de maio de 1955, última página.

<sup>70</sup> “‘Neo-rabos-de-burros’ em ação: A cidade em polvorosa.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 28 de junho de 1958, última página.

<sup>71</sup> “A trinca-mor dos «rabos de burro»” acusada do assassinio de Vandi Queiroz.” *O Nordeste*. Fortaleza: 7 de julho de 1956, última página.

É preciso mostrar-lhes que o crime não compensa ...<sup>72</sup>

Juarez Temóteo reafirma o que toda a imprensa da época costumava fazer colocar os *rabos-de-burro* na condição de vítimas das mazelas da sociedade moderna, e da falta de rigor das autoridades (não punir os rapazes desordeiros com exemplaridade). Após a morte de Vandir Queiroz, a prisão preventiva e a condenação dos réus (cumpriram pouco mais de 2 anos de pena na prisão), as ações noticiadas foram diminuindo sensivelmente até desaparecerem por completo, no ano de 1957. Ainda que não se possa, concluir categoricamente os motivos do sumiço, é possível se pensar que o fato de ter havido morte tenha causa do impacto social muito grande.

### **3.5) A Juventude Transviada e a volta dos Rabos-de-Burro.**

Nos primeiros meses de 1959, um novo crime de morte abala a cidade e se torna um dos casos mais esmiuçados pelas colunas policiais da época, só comparável ao caso Aida Curí. Ocorrido no bar e sorveteria mais famosos da cidade, principal ponto de encontro dos jovens do *ao society* (segundo o *colunismo social*), o assassinato do *playboy* Vicente de Castro Neto, na manhã de domingo, na presença de várias pessoas, no Tony's, foi descrito como terrivelmente trágico para os presentes, mais uma marca *sangrenta* da *juventude transviada*, em Fortaleza.

Fortaleza foi abalada, ontem pela manhã, com uma tragédia sangrenta registrada no interior do Tonny's, sorveteria e bar elegante da cidade, sita nos baixos do Edifício São Pedro. Foram protagonistas os jovens Vicente de Castro Neto (morto) e Joaquim Romero Frias (criminoso), ambos pertencentes a tradicionais famílias cearenses. Vicente de Vastro Neto foi abatido, com quatro tiros de revólver.<sup>73</sup>

Após receber os primeiros tiros, à altura dos intestinos, conforme testemunha do aviador Cleber, Vicente de Castro cruzou os

<sup>72</sup> TEMOTEO. Juarez Furtado. "Conseqüência da indiferença dos pais e da falta de rigor das autoridades: Do quebra-quebra ao homicídio. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 11 de julho de 1956, última página.

<sup>73</sup> "Palco o 'Tony-s' de graves acontecimentos, pela manhã: Morto à bala o conhecido «play-boy» Vicente Castro." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 6 de abril de 1959, capa.

braços sobre o local atingido, dobrou-se e virou o corpo para trás. Ainda de costa deu alguns passos trepidos, quando recebeu mais três tiros.

Colhido pela surpresa, as pessoas que se encontravam, no local da tragédia ficaram atônitas. O criminoso de pé, com a arma em punho, sem dar uma palavra, corria os olhos para um lado e outro, como se temesse um revide.<sup>74</sup>

Vicente de Castro Neto, foi assassinado pelo funcionário do Banco do Brasil Joaquim Frias, porque, na noite anterior, haviam-se desentendido, em *pensão alegre*, em disputa pela *mundana* Nicéia. Vicente, com ciúmes, tinha esbofetado Joaquim, diante dos presentes e, no dia seguinte, Joaquim se vingou da humilhação, baleando-o mortalmente.<sup>75</sup>

Nicéia, "pivot" do crime, conheceu Vicente, em viagem de férias que o *playboy* costumava fazer para o Rio de Janeiro. Encantado por sua beleza, Vicente trouxe a "bela carioca" para morar em Fortaleza, na condição de amante (ele era noivo). Dois dias após o crime, vem a público sua tentativa de suicídio ("cortou os pulsos, bebeu veneno"), que só aumenta as especulações sobre o crime.<sup>76</sup> O caso fomenta ainda mais o discurso do caos por que passava a juventude da época e o "machismo" do homem cearense, que ainda vingava honra com sangue.

A desorganização familiar dos pais e dos filhos no lar, tem sua parcela de responsabilidade neste infausto acontecimento. Irresponsáveis farristas, pervertidos, viciados, os jovens de nossos dias crescem com a falsa mentalidade de 'machismo' – como tentativa, talvez – de fugir à sua responsabilidade. Os moços entendem que ser homem é atolar-se nos vícios degradantes desde o simples cigarro, à maconha maldita, das farrinhas com cachaça e coca-cola nas casas dos amigos, ao uísque nos lupanares. Imitando os artistas de cinema americano, desde as vestes aos modos da lambreta, às conquistas amorosas mais absurdas, os moços de nosso tempo – como autênticos macaquinhos, destituídos da filosofia daquele povo e da psicologia daquela gente, praticam atentados ao pudor, ofendem a família, ferem a comunidade e rasgam os códigos morais.

<sup>74</sup> "Assassinado Vicente de Castro." *O Povo*. Fortaleza: 6 de abril de 1959, capa.

<sup>75</sup> "Crime do Tony's: depuseram Clezer Chaves, Helio Guedes e Noel, inspetor da antártica paulista. *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 9 de abril de 1959, última página; "Grande interesse pelo desfecho do 'affair': Matador de Vicente de Castro neto será julgado em setembro." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 26 de Agosto de 1960, última página.

<sup>76</sup> "Tentou suicidar-se o 'pivot' do crime da sorveteria 'Tony's'. *Correio do Ceará*. Fortaleza: 7 de abril de 1959, p.7.

Pois bem: o crime do Tonny's é uma consequência da vida desregrada da nossa juventude.<sup>77</sup>

Por se tratar de uma das mais tradicionais famílias do Estado, o assassinato chegou a ser noticiado pelas colunas sociais. Porém é interessante perceber que, depois do crime, Vicente de Castro, no passado, acusado corriqueiramente de *rabo-de-burro* pela imprensa, inclusive tendo espancado fortemente uma *mundana*<sup>78</sup> (um dia depois, a Dona da Pensão procurou a redação do *Correio do Ceará*<sup>79</sup>), morreu como *play boy*. Nenhuma matéria do crime, remetia ao passado de *rabo-de-burro* de Vicente de Castro. É provável, que a família tenha conseguido impedir que detalhes viessem à tona, até mesmo, porque sempre que Vicente era acusado de delito, dias depois, a família pedia direito de retratação aos jornais e desmentia que ele fosse *rabo de burro* ou conseguia que alguns dos envolvidos fossem aos jornais desmentir a participação de Vicente de Castro Neto (assim como fez a dona da pensão Margot).<sup>80</sup> A partir disso, é possível pensar que o título de *rabo-de-burro* fosse



Nicéia a "pivot" do crime do Tony's

<sup>77</sup> SÁ, Adísia. "Canto da página: crime do Tonny's." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 8 de abril de 1958, p.3.

<sup>78</sup> "Ontem pela madrugada a conhecida Pensão da Margot, em Cachoerinha, foi palco de um 'sururú' quando quatro desordeiros num ato de selvageria espancaram brutalmente a indefesa mundana Maria Farias, ali residente. São os seguintes os autores do espancamento verificado no conhecido lupanar – Vicente de Castro Neto, Paulo Barroso, ex-sargento da Aeronáutico, 'José do Capitão', e um outro de nome Nilo (...)." "'Rabos de Burro' na Pensão da 'Margot'." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 13 de setembro de 1956, última da página.

<sup>79</sup> "Disse 'Margot' que sua presença na Redação era para explicações que o sr. Vicente de Castro neto, ao contrário do que informaram á reportagem, não participou das desordens tendo apenas comparecido ao seu estabelecimento em companhia dos três acusados." "O caso da Pensão Margot, Esclarecimentos da proprietária." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 14 de setembro de 1956, última da página.

<sup>80</sup> "Depois de um período de calma que se pensava a conclusão definitiva das desordens que vinham levando a efeito, os 'rabos de burro' voltaram a funcionar na madrugada do dia 12. O fato se deu ao fim da festa da Rainha dos Estudantes, á saída dos 'Diários', quando um grupo chefiado pelo rapaz Vicente de Castro Neto (denuncia dos agredidos) agarrou alguns estudantes de 16 e 18 anos e surrou-os covardemente. "Nova ação dos rabos de burro."

considerado bem mais degradante do que o de *playboy*, que vai se tornar mais usual na imprensa a partir da morte da estudante Aída Cury, pois o acusado do crime era sempre chamado dessa forma.

Nicéia, que havia abandonado o marido no Rio de Janeiro, e também perdido a guarda de seu filho para o Juizado de Menores, tudo em nome de Vicente, que considerava seu grande amor, ao que tudo indica, seguiu vida religiosa, uma vez que não havia conseguido se matar.<sup>81</sup>

Ainda em 1958, outro rapaz, em anos anteriores também acusado de *rabo de burro*, morreu apenas como *transviado*, depois de, em meio a uma confusão na Boite Madri, ser atingido no coração com disparos de revólver, por um cabo do Corpo Civil de Vigilância.<sup>82</sup>

Ao que parece, os jovens delinqüentes de classe média alta passaram a, paulatinamente ser enquadrados como *playboys* ou *transviado*, não mais como *rabos-de-burro*, considerados uma espécie de precursores cearenses da *juventude transviada*. Nova geração, em 1958, com características diferentes, enquadrada e até mesmo justificada, paradoxalmente, como reafirmação da presença da influência do *transviado* norte-americano, apresenta-se ao público fortalezense, com exposições de filmes que os tematizavam, no final de 1957 e início de 1958.

Antes de qualquer outras considerações – no que desejamos ser breve, por motivos vários -, queremos nos adiantar em dizer que repugna a expressão 'juventude transviada', com que se está definindo essa inexpressiva e aviltante parcela de nossa gente que antes já se denominou de 'rabos de burro'.<sup>83</sup>

---

*Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 13 agosto de 1954, p.3. "Este em nossa redação o presidente do Centro Estudantil cearense, sr. Manuel Lima Soares, que veio esclarecer uma nota trazida por estudantes para este jornal. Referia-se a nota a um incidente havido entre estudantes, á saída da Festa da Rainha, no Clube dos Diários, afirmando os que vieram protestar que se tratava de uma agressão dos 'rabos de burro' e que o grupo agressor era chefiado pelo rapaz Vicente de Castro Neto. – A ocorrência, reduzindo às devidas proporções, não passou de uma turra entre estudantes – disse o sr. Manuel Lima Soares, acrescentando: 'O jovem Vicente de Castro neto, apontado como membro do grupo dos 'rabos de burro', felizmente, não tem nada a ver com essa turma de desordeiros.' "Não é rabo de burro nem houve agressão." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 17 de agosto de 1954, última página.

<sup>81</sup> "Nicéia 'pivot' da tragédia do Tony's quer ser freira." *O Jornal*. Fortaleza: 2 e 3 de maio de 1959, p.6.

<sup>82</sup> "Morto à bala na Boite Madri." *O Jornal*. Fortaleza: 27 de agosto de 1958, última página.

<sup>83</sup> FURTADO, Cândido. Instantâneo do momento: A chamada 'juventude transviada'. Correio do Ceará. Fortaleza: 31 de agosto de 1958, p. 8.

Apesar do autor afirmar que é exagero acreditar que a *juventude transviada* tenha tido relevante expressão local ou nacional, a partir de 1958, o fenômeno torna-se corriqueiro nos jornais de Fortaleza. “O que é?”; “Por que acontece?”; “Quais são as causas?”; “Quem são os culpados?”; “O que pode ser feito?”. Associados ou não a atos de vandalismo, ação de *rabos-de-burro*, *curras* ou eventos semelhantes, artigos sobre o tema, de jornalistas, colaboradores, leitores, padres e outros, são facilmente encontrados nos dois últimos anos da década de 50. De modo geral, todos expressam indignação, temor e exigem ações da sociedade civil organizada e das autoridades competentes para que algo seja feito o quanto antes pelos jovens rebeldes da cidade.

Urge seja organizada uma campanha violenta principalmente aqui no Ceará onde o problema é ainda recente, no sentido de pôr termo aos excessos dessa turminha de malandros de bolso cheio, «filhinhos de papai» e que não se preocupam com coisas outras que não dar vasão aos seus instintos perversos, adquiridos no período de formação por causa do mimo excessivo ou da recessão completa de carinhos e afagos paternos. Produtos de lares desajustados, a polícia deve prevenir-se contra eles. Evita que sucedam casos como o da Aída Cury e que muitos lares venham a desmoronar, por causa de um filho ou de uma filha que não soube seguir o caminho da decadência.

Já foi experiência suficiente para a população de Fortaleza, a ação dos «rabos-de-burro», os primeiros elementos que formaram a juventude transviada no Ceará e que acabam com um crime de morte a pesar sobre os ombros de alguns.<sup>84</sup>

Entretanto, a *juventude transviada* não era exatamente formada apenas por rapazes e moças provenientes de famílias de classe média. Os jovens e, mesmo, crianças de rua, oriundos de famílias humildes, são inclusos na categoria de *transviados* ainda que “sem lambretas”.<sup>85</sup>

O quartel general da *juventude transviada*, em Fortaleza, segundo o repórter investigativo Delmondez Neto, não estava nos clubes da cidade, mas

<sup>84</sup> “‘Rock’n roll’ não é a causa da juventude transviada.” *O Jornal*. Fortaleza: 25 de Agosto de 1958, última página.

<sup>85</sup> Um grupo de jovens transviados pobres, vítimas da “criação desorientada, de lares desajustados e da falta do necessário conforto e caminhos paternos”, foram “recolhidos” ao Núcleo de Menores do Antônio Bezerra, “no intuito de corrigir seus maus hábitos. “Recuperam-se em A. B. transviados ‘sem lambreta’.” *O Jornal*. Fortaleza: 12 de agosto de 1958, p. 6.

ao lado oposto aos “arranha céus”. Em casa abandonada, moças “asquerosas, trajando camisolões rasgados ou o exotismo de feios vestidos rabos de peixe” e rapazes passam o dia usando drogas, “fazendo danações” e arquitetando meios de conseguir dinheiro (roubo) para sustentar o vício da “erva maldita”.<sup>86</sup>

Alguns rapazes da *juventude transviada* “marginal”, flagrados em delitos ou promovendo atos de vandalismo, eram recolhidos aos núcleos de recuperação de menores, ficavam sob vigilância do Estado, recebendo instrução escolar e aprendendo ofícios para que, no futuro, se tornassem responsáveis e se mantivessem longe da criminalidade.

Entretanto, apesar de menores abandonados e adolescentes pobres, envolvidos com drogas, roubos e outros atos ilícitos serem, muitas vezes, considerados *jovens transviados*, de modo geral havia consenso de que a violência e a rebeldia juvenil eram um problema que acometia principalmente jovens da classe média, é que de fato tinham contato com a cultura norte-americana, e pais que garantiam a impunidade dos atos.

No Brasil é assim. O rapaz foi ao filme, Formidável... Era o James Dean. A mocinha também foi e ficou louca. E agora? agora é imitar. O brasileiro de hoje tem apenas um fim. Imitar o americano, americanalhar-se. Um blusão encamado, cabelos em ereção, lambreta nem é preciso mesmo, por que no filme só havia uma lambreta. (...) Os meninos do Brasil não são tão maus. São apenas uns tolos. A culpa é do cinema? não, dos pais. O filme é impróprio até 18, porém, se o emissário impedir que a menina possa entrar, ela exhibe a carteira de maior. A carteira é falsa, mas é fácil arranjar-la.<sup>87</sup>

A lambreta se tornou símbolo da *juventude transviada* no mundo, em Fortaleza, não seria diferente. Segundo Mirtes Freitas, à vista de informações de Juarez Leitão, as lambretas foram comercializadas no ano de 1958. De fato, não se observa qualquer menção ao uso de lambretas. A lambreta, ao que tudo indica, logo conquistou os jovens *rebeldes* que costumavam se reunir na avenida Treze de Maio para promover corridas e fazer piruetas, e os rapazes

<sup>86</sup> NETO, Delmondez. “Repórter de O Jornal penetrando no mundo da Juventude Transviada de Fortaleza.” *O Jornal*. Fortaleza: 4 de setembro de 1958, p.5.

<sup>87</sup> BARRETO, Antonio Carlos. “Juventude transburrada.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 27 de setembro de 1958, p. 3.



do *high society*.<sup>88</sup> Entretanto, a prática do lambretismo não era bem vista pela imprensa, tida como expressão de rebeldia.

Usar as lambretas como veículo de transporte ou forma de diversão não é crime nem merece os apodos da sociedade. É um novo meio de locomoção ou modalidade contemporânea de entregar à mocidade ambiência favorável à exteriorização de seu temperamento, por certo, é a atualização de patins de outrora ou de bicicletas de alguns anos. (...)

Não haveria mal algum se os moços afortunados utilizassem das lambretas para a mais rápida locomoção, seja para a ida aos colégios seja para conversar com as namoradas nas noites, com ou sem lua. O condenável, porém, é transformá-la num meio de degenerescência precoce, pondo em perigo a sua personalidade em formação e, o que é pior, levando o sobressalto aos transeuntes, a semelhança do que acontece, diariamente, na Praça do Ferreira. São mais de dez rapazes, alguns vestidos com camisas extravagantes (pouco aconselháveis para o sexo forte) de luvas de couro e meias multicolores, a toda velocidade e em meio as estridências dos motores, a se aproveitarem do total despolicamento e correrem, em louca disparada, em volta da pacata Praça do Ferreira (...).

O que não se pode conceber é que as autoridades responsáveis se mantenham de braços cruzados ante a loucura e irresponsabilidade de uma juventude 'metida' a transviada.<sup>89</sup>

Segundo a imprensa, entretanto, além de conviver com os *transviados* "sem lambreta", os *playboys*, *curradores* e os *filhinhos de papai lambretistas*, que promoviam corridas barrulhentas pela cidade, os fortalezenses ainda tiveram de agüentar a volta dos *rabos-de-burro*, depois de pouco mas de um ano de inatividade. Ainda que não seja possível estabelecer data precisa da volta, é provável que tenha ocorrido em torno do segundo semestre de 1958.

JUVENTUDE TRANSVIADA  
Hospitalizada na Casa de Saúde César Cals – Rastro de Sangue e  
terror na volta dos Rabos de Burro.

<sup>88</sup> "A turminha de rapazes andava dando 'show', em lambretas, domingo, pelas praias de Iracema, Náutico, late e Farol. E, pasmem os que nos lêem neste instante, uma das lambretas lavava como 'garupeiro' um cronista social muito lido. Mas, não ficou só aí a 'façanha' dos mocinhos. Os lambreteiros (ou lambretistas, como queiram), todos 'filhinhos de papai' andaram, todos de calção, pela Praça do Ferreira e Praça Presidente Roosevelt. Nesta, colocaram seus veículos inclusive sobre calçadas." THAÍS. "A coluna Thaís informa." *O Povo*. Fortaleza: 12 de março de 1959, p. 2.

<sup>89</sup> "Lambretismo." *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 4 de janeiro de 1958, p. 3.

Só a muito custo a reportagem de O JORNAL, na tarde, de ontem, pôde ter acesso ao quarto nº 20 da Casa de Saúde César Cals, onde se encontra hospitalizado o jovem Pedro Luiz, (...) vítima das violências dos chamados «Rabos de Burros» (...).<sup>90</sup>

A volta dos *rabos-de-burro*, sob o título de *juventude transviada*, leva-a crer que essa expressão, alcance bem mais repercussão e desperte mais curiosidade entre os leitores, nesse momento, do que a já esquecidas *rabos-de-burro*. Uma vez que a própria notícia trata de recordar aos leitores de quem se tratavam.<sup>91</sup>

Pedro Luiz, herdeiro de uma das famílias mais ricas do Estado, os Philomeno Gomes, foi jogado da lambreta por uma caminhoneta dirigida por *rabos-de-burro*, que agiram propositalmente, depois de encontra à saída de uma festa do Clube dos Diários, e Pedro, na ocasião, ter exigido que o carro que alugado, há alguns dias, fosse devolvido ao posto locador. (segundo depoimento da mãe de Pedro.)<sup>92</sup>

Além desse caso, houve o atropelamento fatal de uma senhora e filha (ambas de classe média), na Av Treze de Maio, envolvendo um *rabo-de-burro*, menor, em alta velocidade, bêbado, mas o pai se comprometeu a responder pelo crime.<sup>93</sup> Não há, nenhuma outra referência aos *rabos-de-burro*, em 1958, ocupando os *transviados* maior parte do noticiário policial que relatava, denunciava e opinava sobre a delinqüência juvenil.<sup>94</sup>

Em contrapartida 1959 compensa os últimos dois anos (1957 e 1958), sem dúvida, o ano em mais se evidenciaram os *rabos-de-burro*, considerando a década de 50 (o nome começa a aparecer na imprensa em 1954).

O que se verificar, nessa segunda fase, apesar de, nos dois casos de 1958, os envolvidos serem de famílias tradicionais (no primeiro, um Philomeno Gomes; no segundo, um membro da família Araripe, também tradicional no Estado), é que os *rabos-de-burro* na maioria, deixaram de ser filhos da classe média e da elite, para o serem de famílias de classe média baixa.

<sup>90</sup> "Juventude Transviada." *O Jornal*. Fortaleza: 6 de agosto de 1958, última página.

<sup>91</sup> "A imprensa desta Capital já se ocupou por um breve espaço de tempo, em focalizar as atividades de um grupo de jovens lançados ao ócio, filhos de grã-finos, famoso pelo número de casos que se tem envolvido." *Id. Ibidem*.

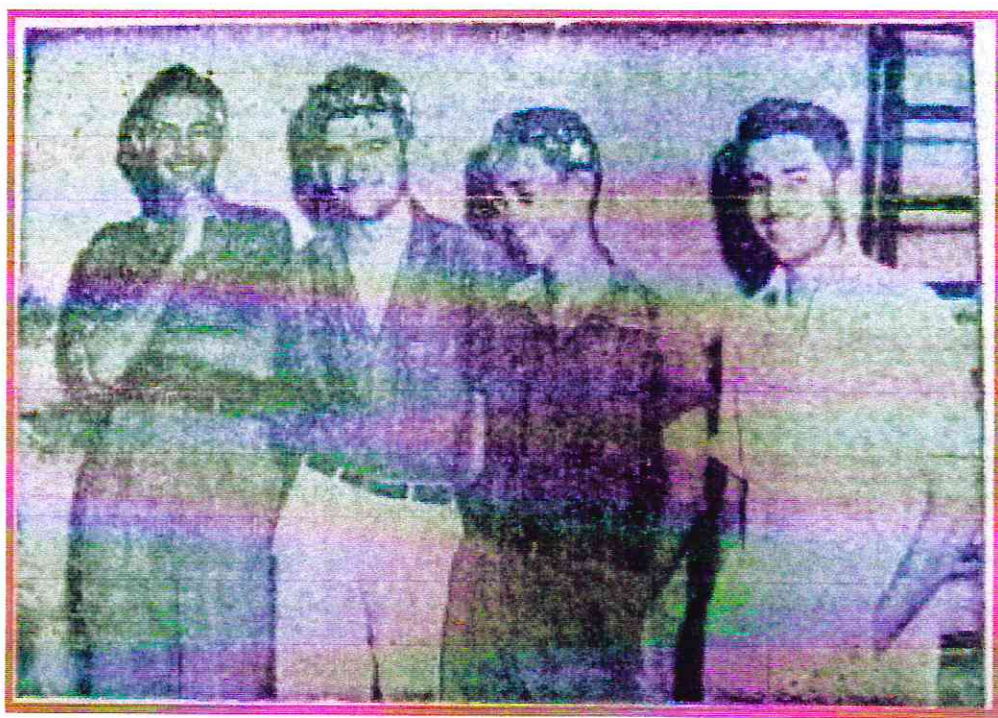
<sup>92</sup> *Id. Ibidem*.

<sup>93</sup> "Pai de 'rabo de burro' responderá pelas mortes do filho bêbado." *Unitário*. Fortaleza: 28 de novembro de 1958, p. última página.

<sup>94</sup> Até esse momento da pesquisa.

Chega-se a essa conclusão, ao verificar que não apenas os sobrenomes que mudaram, passam a ser Silva, Paiva, Chaves, e outros, que não faziam parte do noticiário do colunismo social, por exemplo, assim como mudança endereço das famílias dos acusados. Entretanto era possível observar que eventualmente filho de família tradicional, também participe das ações, e a imprensa continuasse denunciado que o policiamento era brando, porque se tratava de rapazes cujas famílias garantiram a impunidade.

É possível dizer-se, que já não eram mais os filhos das grandes famílias do Estado. Um indicativo dessa afirmação é de que esses jovens não tinham mais o nome divulgado, e passaram a ser retratados pelos jornais. Na primeira geração, isso só ocorreu duas vezes, e fazendo uma análise das duas fotos, é possível visualizar algumas diferenças que caracterizaram os dois momentos.<sup>95</sup>



*Foto dos rabos-de-burro da primeira geração.*<sup>96</sup>

<sup>95</sup> A segunda imagem encontrada sobre os *rabos de burro* na primeira geração, não tem qualidade suficiente para ser impressa. Mas é possível que se faça uma discriminação. Em frente ao escrivão de polícia, três rapazes acusados do assassinato de Vandir Queiroz, estão prestando depoimento. Um sentado, como o rosto apoiado no queixo e com uma expressão de tédio. E dois outros em pé, um de cada lado, observando seu depoimento, com as mãos na cintura e também com a uma expressão de cansaço e apreensão. "Ante um escrivão da polícia. Três rapazes depõem. São *rabos de burro*." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 11 de julho de 1956, última página.

<sup>96</sup> "Os rabos de burro ganham fama na crônica policial." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 30 de julho de 1956.



*Foto dos rabos-de-burro da segunda geração.<sup>97</sup>*

Em ambas as fotos, os *rabos-de-burro* foram fotografados, na delegacia, depois do cometimento de delitos. Na primeira imagem, os rapazes são todos brancos, posam para a fotógrafo e se mostram descontraídos e leves à saída da delegacia. Na segunda, dos quatro rapazes um é mulato e todos aparentam ter sido, de certa forma, flagrados pela câmera e exibem uma expressão de preocupação e apreensão diante do delegado. É possível observar também a mudança de visual. Na primeira foto, todos usam bigodes, e já exibem topetes, no segundo, os topetes permanecem, mais nenhum deles usa bigode (James Dean, também não usava).

Na segunda geração, no início de 1959, começam as notícias sobre o *rabo-de-burro*, que se tornariam o principal símbolo da *juventude transviada* nos anos 50, Ivan Paiva, ao contrário do que ocorria na primeira geração, admitia fazer parte da turma dos *rabos-de-burro*. Quanto às ações, a turma de Ivan Paiva (apontado pela imprensa como o líder) também se diferenciava da

<sup>97</sup> "Rabos de Burro, presos na Treze de Maio, prestaram depoimento." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 13 de maio de 1960, última página.

admitia fazer parte da turma dos *rabos-de-burro*. Quanto às ações, a turma de Ivan Paiva (apontado pela imprensa como o líder) também se diferenciava da primeira geração, com o uso *inapropriado* de lambretas, brigas em festas, fugas de delegacias e roubo de carros (no dia seguinte eram abandonados).<sup>98</sup>

Dado como morto, o jovem Ivan Paiva tornou-se, o nome mais famoso das páginas policiais da época. A polícia, ao que parece, vivia às voltas para mantê-lo preso, mas quando se podia esperar Ivan Paiva novamente estava envolvido em novo caso. Rapaz moreno, com características físicas do negro, o *rabo de burro*, movimentava a cidade e, ao que parece, fazia-o pela satisfação que sentia em sair nas capas dos jornais, uma vez que brincava com a própria imagem, como, por exemplo,



*O terrível Ivan Paiva.*

quando declarou, em depoimento que sua maior frustração é a de Fortaleza não possuir uma avenida asfaltada, com dimensão suficiente para se chegar aos 100km por hora na lambreta.<sup>99</sup> Às vezes, também chamado de *playboy*, ainda que não fosse rico, Ivan Paiva costumava posar para as fotos em quase todas as suas prisões, o que leva a crer que, de algum modo, havia se encantado e usufruía o estereótipo de *rebelde juvenil sem causa*.

Entretanto, as perseguições policiais e humilhações, já que a polícia passa a raspar o topete dos jovens *transviados* e *rabos-de-burro* que prendia, era uma meio de os deixar marcados e de destruir um dos símbolos dos *transviados* – o *topete* (prática conhecida pelo nome de Operação Cabeleira),

<sup>98</sup> Não foi encontrada nenhuma menção de que Ivan Paiva houvesse se envolvido com seqüestro e sedução de moças. Ainda que alguns outros rapazes apontados como “rabos de burro” fossem envolvidos em crimes dessa natureza.

<sup>99</sup> “Ivan Paiva depondo: negou agressão, acusou colegas, gosta de correr e quer mudar de rumo.” *Gazeta de Notícias*. Fortaleza: 9 de junho de 1959, capa.

denota que já não se tratava de rapazes tão ricos, cujas famílias, de alguma forma, podiam intervir para que a polícia e a justiça não fossem rigorosas com as penas e as condenações dos delinqüentes, ainda que fosse uma condenação mais simbólica do que física. Ivan Paiva ao contrário dos outros, quando teve sua cabeça raspada, novamente pousou para as fotos com tom de brincadeira, enquanto outros apreciam visivelmente constrangidos<sup>100</sup>, os cabelos grandes e os topetes armados com brilhantina, denotam que já não se tratavam de rapazes tão ricos, e que cujas famílias de alguma forma podiam intervir para que a polícia e a justiça não fossem rigorosas com as penas e as condenações dos delinqüentes que a elas pertencesse, ainda quês e tratassem de uma condenação mais simbólica do que física.



*Ivan Paiva tem o cabelo raspado.*

<sup>100</sup> "Cai a mascara do transviado." *Correio do Ceará*. Fortaleza: 28 de outubro de 1959, capa.

Aparando os exageros e o sensacionalismo da imprensa, (sobretudo, com a perseguição dos lambretistas, dos topetes de brilhantina, do *rock'n roll*, dos casais de namorados que gazeavam aula de vez em quando), os *rabos-de-burro*, da primeira geração, revelam-se muito menos influenciáveis pela cultura dos filmes que retratavam a delinqüência juvenil americana (que nem havia passado quando começaram), e mais por um cultura da impunidade de uma sociedade de tão acentuada desigualdade social, como era o caso de Fortaleza). A rebeldia de James Dean, que jovens fortalezenses, de uma certa forma, tentaram imitar, com suas lambretas, camisas coloridas e topetes brilhantina, torna-se pueril perto da crueldade e da violência de alguns *rabos-de-burro*, especialmente na sua primeira geração.

# Considerações Finais

---

Esse trabalho, a princípio, foi pensado como reflexão sobre as relações pré-matrimoniais, na imprensa feminina fortalezense, da década de 50. Privilegiaria-se a construção de papéis femininos e masculinos, e os jogos de poder que envolviam a relação, numa perspectiva de gênero. Entretanto, questionada se faria mera análise do discurso, não contemplando sua recepção pela sociedade, buscaram-se meios para que o cotidiano da cidade, ainda que restrito ao das classes média e alta, aparecesse no trabalho, enquadrando-o, assim, nos objetivos do programa, de História social. Pressionada pelo tempo, e confusa sobre os novos rumos trilhados, uma vez que todo o planejamento inicial fora desordenado, reformularam-se a problematização e alguns objetivos iniciais. O resultado, ao que parece, aproximou-se de história de mocinhas e bandidos, relatada nas páginas dos jornais locais.

O capítulo primeiramente concluído, o segundo, reflete o objetivo inicial. Por meio de artigos voltados à mulher solteira, atentou-se para a remodelação dos desejos, sonhos, expectativas e condições da moça burguesa, num mesmo movimento, limitada ao lar, nos papéis de mãe e esposa, e incitada à fruição da modernidade, vislumbrada com as novas possibilidades de lazer, oferta de produtos, educação e trabalho. Esmiuçaram-se, então, as *estratégias*<sup>1</sup> apropriadas a obtenção do casamento. Demonstrou-se, também, que o discurso da imprensa feminina, ao contrário do que se podia pensar, não era apenas conformador e alienante, comprometido com a perpetuação da dominação masculina. As estratégias para a conquista do grande sonho, não podem ser vistas, somente, como sublimação de carências afetivas e profissionais, frutos dos óbices à ocupação do espaço público. Percebe-se, ao contrário, o incentivo ao desenvolvimento das potencialidades, como a inteligência, a astúcia e a perspicácia, a serem utilizadas para minorar a inferioridade frente aos homens, não problematizada. Se fazer ouvir pelos

---

<sup>1</sup> DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano : 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.



pais; ter o direito de escolher o homem que se quer, ou, pelo menos, arquitetar ser escolhida pelo homem desejado; galgar a posição social respeitável de mãe e esposa, em relacionamento prazeroso, no molde de casamento tradicional, onde se depara a felicidade; são os passos seguidos pelo sexo feminino, e as estruturas de sentimentos que condicionam o comportamento. Se as etapas se concretizaram ou não, não se buscou responder.

Quando se desqualifica a imprensa feminina, insinuando-se que as moças queriam, no íntimo, libertar-se da opressão, e que a função do discurso era impedir a concretização dessas ambições, incorre-se em anacronismo. Não se encontraram indícios de que as mulheres não desejassem se casar, ou se sentissem aprisionadas por um modelo de família. É certo que, feitos estudos sobre outras juventudes femininas, como as universitárias, operárias e profissionais liberais, possivelmente se identificaria a vontade de seguir carreira profissional. Entretanto, dificilmente não ambicionariam se casar. Reconhece-se que, há décadas, feministas já questionavam o caráter restritivo do casamento, lutando por ampliar os espaços, através da defesa de direitos igualitários. Não se traçou aqui, todavia, a trajetória das suas idéias. Ao contrário, concentrou-se no sucesso do discurso da imprensa, positivador, e em como ela inventa e reinventa as inquietações femininas, de modo a fazer sentido ao maior número de mulheres possível. A grosso modo, o que se demonstrou foi que, se o discurso não era revolucionário, foi, ao menos, reformista ou progressista.

Nesse capítulo, recorreu-se, também, às colunas sociais e páginas policiais (as que tratam de crimes de amor). Não se crê, contudo, que as últimas, tão idealizadoras e formativas quanto as primeiras, sejam mais ricas para a compreensão dos jovens fortalezenses. Não caindo na armadilha de se diferenciar a *representação* da *prática*<sup>2</sup>, compreendemos os dois discursos como fundamentalmente conectados com a mesma finalidade, isto é, a de difundir, na sociedade local, modernidade fundada, sobretudo, na cultura norte-americana.

Escreveu-se o primeiro capítulo, para atender a esse fim, ou seja, para que se explicitasse a hipótese, nascida nas primeiras aproximações com os

---

<sup>2</sup> CHARTIER, Roger. *A história cultural – entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990.

jornais, de que a emergência do colunismo social, a expansão das páginas femininas, a presença de anúncios publicitários direcionados ao universo feminino e, acrescente-se, a realização do primeiro concurso de *Miss Ceará*, obedeciam as mesmas condições de funcionamento. O primeiro indício foi a simultaneidade dos eventos, ocorridos no início de 1955. O segundo foi a avizinhação deles, mesmo acoplação, na transfiguração operada nas folhas do jornal: acredita-se que as colunas femininas, as colunas sociais, a publicidade e, ainda, as colunas de rádio, cinema e arte, as previsões astrológicas e as fotonovelas, não se situavam próximas uma das outras por acaso, mas porque, em sua maioria, eram tidas como *coisas de mulher* (vide a propaganda, do jornal *O Povo*, que distinguia o que o periódico indicava aos homens do que se ofertava para as mulheres). Por fim, enfatizou-se que integravam a mesma rede discursiva. Timidamente, procurou-se também mostrar o lugar social das falas, sobretudo as das páginas femininas e colunas sociais, atentando para os intuitos mercadológicos dos jornais e as estratégias de distinção das elites locais que, de poder aquisitivo limitado, não se furtou, porém, à inserção, através da introjeção dos valores da modernidade, na era JK. A funcionalidade do discurso, no que se refere a garantia, para o estado, de recursos, legitimidade política e poder de barganha, junto ao governo federal, é algo a se investigar. Como subsídios para esclarecimentos de algumas questões, recorreram-se a obras sobre o processo de modernização da cidade, seja da estrutura urbana, sejam dos costumes .

Ao analisar o discurso voltado às moças, no segundo capítulo, fez-se necessário contemplar os papéis prescritos para os homens, dentro das relações pré-matrimoniais . Deteve-se, pois, na idealização do futuro marido: o *bom partido*, trazendo em torno de si qualidades que remontam à tradição - a posição financeira, a origem familiar, o desempenho profissional (atendendo ao papel de provedor) – e à modernidade - sensibilidade, habilidade para a dança e versificação, vaidade e elegância. Entretanto, o rapaz *bem comportado*, personagem raso, plano, sem os conflitos vivenciados pelas moças, é coadjuvante na imprensa, hipótese apressada, merecedora de melhor averiguação, mas lógica. Por isso, focou-se, o terceiro capítulo, nos *transviados*.

A chamada juventude *transviada*, contraposta à juventude comportada das moças casadoiras, compunha-se exclusivamente por rapazes. Em sua maioria de *famílias de bem*, teriam se corrompido, segundo a imprensa, em virtude da incorporação indiscriminada da modernidade norte-americana, incluído o novo modelo de relação entre pais e filhos, mais centrado no diálogo e no respeito às escolhas individuais. O discurso sobre a influência ianque, contudo, parece resposta a fenômeno inédito, a que se demandava explicação, sobretudo na primeira fase dos *rabos-de-burro*, isto é, usava-se parâmetro externo, em voga, para entender prática local. Constata-se, na verdade, indulgência para com a ação criminosa dos jovens de elite, que podiam usar da força e violência para praticarem atos condenáveis, principalmente de teor sexual, sem que temessem a punição das autoridades, fato denunciado por alguns periodistas. Nota-se que os crimes cometidos pelos *rabos-de-burro*, semelhantes aos praticados por pessoas pobres, ou de classe média, recebiam tratamento diferenciado por parte da imprensa, da polícia e da justiça. Daí a afirmação de que a repercussão e o noticiário desses crimes somente podia ser entendida sob a ótica de classe.

Outro aspecto importante, para o entendimento dos *rabos-de-burro*, é a questão de gênero, uma vez que os crimes, muitas vezes, expressavam resquícios da educação patriarcal. O *nordestino*, historicamente, singularizou-se pela reafirmação ininterrupta da virilidade<sup>3</sup>. O desrespeito e o menosprezo pela moça que *cede* ao desejo sexual, entregue aos amigos (afinal ela quem pedira, mostrando-se devassa), e a crença no direito de atacar aquelas que não se resguardassem, *pairando* sozinhas pelas ruas, prontas para serem *laçadas* e *abusadas*, são alguns indicativos de que os *rabos de burro* são melhor compreendidos quando se atina para um modelo de masculinidade assentado no *macho*, notável pelo poder e a força bruta, do que para a influência norte-americana. Hipótese fortalecida quando se observa que os grupos eram eminentemente masculinos, ou seja, mesmo as moças tidas como *moderninhas* não eram exatamente *delinqüentes*, mas vítimas potenciais desses grupos. Se era autorizado o *desvio*, ou melhor, o *transvio* masculino, o mesmo não se poder dizer do feminino.

---

<sup>3</sup> ALBUQUERQUE, Jr., Durval Muniz de. *Nordestino: uma invenção do falô* – uma história do gênero masculino (Nordeste – 1920/1940). Maceió: Edições Catavento, 2003.

Não obstante, percebe-se, de fato, a partir do relato dos cronistas, a apropriação de alguns ícones, símbolos e comportamentos da chamada *juventude transviada*, sobretudo, a partir de 1958, quando os filmes de James Dean são exibidos na cidade.

Sintetizando, procurou-se, no trabalho, demonstrar de que maneira emergem dois modelos de juventude, das *moças casadoiras* e dos *rabos de burro*, numa Fortaleza, a dos anos 50, tomada por conflito aguçado entre o moderno e a tradicional. Embate sempre presente, mas que recrudesce no período, justificando o olhar do historiador, afora as singularidades da época.

## Primárias:

### Jornais<sup>1</sup>:

*Gazeta de Notícias*: (1951/1953/1954/1955/1956/1957/1958/1959/1960)

*Correio do Ceará*: (1953/1954/1955/1956/1957/1958/1959/1960)

*O Jornal*: (1958/1959)

*O Nordeste*: (1951/1953/1954/1955/1957/1958/1959)

*O Povo*: (1952/1954/1955/1957/1958/1959/1960)

### Revistas<sup>2</sup>:

*O Cruzeiro*: (1956/1958/1959/1960) – total de 16 exemplares

## Secundárias:

### Jornais<sup>3</sup>:

*Diário do Povo*: (1956/1958)

*Unitário*: (1953/1954/1958/1959)

### Revistas<sup>4</sup>:

*Grand Hotel*: (1956/1957/1958/1959) – 12 exemplares

*A Cigarra*: (1954/1955) – 3 exemplares

*Coletânea*: (1952/1955/1956/1957/1958/1960) – 10 exemplares

*Querida*: (1959) – 2 exemplares

*Jornal das Moças*: (1958) – 2 exemplares

*Manchete*: (1958/1959/1960) – 8 exemplares

*Revista Contemporânea*: (1949) – 2 exemplares

---

<sup>1</sup> Todos pertencentes ao acervo da Biblioteca Pública Menezes Pimentel (*O Jornal* também disponível no NUDOC-UFC).

<sup>2</sup> Todas pertencentes ao acervo pessoal de Sebastião Rogério Ponte e Lidia Noemia Silva dos Santos

<sup>3</sup> Todos pertencentes ao acervo da Biblioteca Pública Menezes Pimentel.

<sup>4</sup> Todas pertencentes ao acervo pessoal de Lidia Noemia Silva dos Santos (exceto a *Manchete* e *Revista Contemporânea* do acervo pessoal de Sebastião Rogério Ponte.)

#### Filmes:

- BENEDEK, Laslo. *O Selvagem* (The Wild One). EUA: 1954.  
BROOKS, Richard. *Sementes da Violência* (Blackboard jungle). EUA: 1955.<sup>5</sup>  
KAVAN, Elia. *Vidas Amargas* (East of Éden). EUA: 1955.  
LOGAN, Joshua, *Férias do amor* (Picnic). EUA: 1955.  
RAY, Nicolas. *Juventude Transviada* (Rebel Without a Cause). EUA: 1955.  
STEVENS, Georges. *Assim caminha a humanidade* (Giant). EUA: 1956.

#### Obras de memorialistas e outros:

- AZEVEDO, Stênio e NOBRE, Geraldo. *Momentos inesquecíveis. Os concursos Miss Ceará 1955-1980 dos Diários Associados*. Fortaleza: Editora ABC, 1990.  
BRASILEIRO, Lúcio. *Até agora*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.  
GIRÃO, Blanchard. *Sessão das quatro. Cenas e Atores de um tempo mais feliz*. Fortaleza: ABC, 1998.  
LOPES, Marciano. Royal Briar. *A Fortaleza dos anos 40*. Fortaleza: Gráfica Ed. Tipogresso, 1989.  
\_\_\_\_\_. *Os dourados anos*. Fortaleza: Gráfica Ed. Tipogresso, s/d.  
SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958: o ano que não devia terminar*. 5.ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.  
TEMÓTEO, Juarez Furtado. *O crime de calças curtas*. Fortaleza s/e, 1960.  
TUKERMAN, Nancy. *Livro completo de etiqueta Amy Vanderbilt*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.  
VANDERBILT, Amy. *O livro de etiqueta*. Rio de Janeiro: Record, 1958.  
VIEIRA, Vaníus Meton Gadelha. *Ideal Clube. História de uma sociedade. Memórias, Documentos, Evocações. Vol 1*. Fortaleza: F&N Editora, 2003.  
\_\_\_\_\_. *Ideal Clube. História de uma sociedade. Memórias, Documentos, Evocações. Vol 2*. Fortaleza: F&N Editora, 2003.

#### Enciclopédias:

- Nosso Século: Brasil (1945-1960)*. vol 1. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1980.  
*Nosso Século: Brasil (1945-1960)*. vol 2. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1980.

#### Sites:

- <http://www.eduardocampos.jor.br>  
<http://www.imdb.com>  
<http://www.memoriavivia.com.br>  
<http://www.ufop.br>

---

<sup>5</sup> Apenas fortuna crítica.

# Dados técnicos

---

**Revisão Gramatical:** Prof. Francisco Dias da Silva e Sander Cruz Castelo

**Diagramação:** Lidia Noemia Silva dos Santos

**Seleção de Imagens:** Lidia Noemia Silva dos Santos

**Imagens:** Acervo Nirez, Revista: *O Cruzeiro - Manchete - Querida* - Jornais: *O Povo - Gazeta de Notícias - O Nordeste - Diário do Povo - O Jornal - Correio do Ceará*, Sites: [www.memoriaviva.com.br](http://www.memoriaviva.com.br), <http://www.imdb.com>.

**Cópias:** Max Cópias

**Ficha Catalográfica:** Elineuza

# Bibliografia

---

- ABREU, Alzira Alves de (org). *A Imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getulio Vargas, 1996.
- ABREU, Alzira Alves de. *A Modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- ABREU, Martha e CAULFIELD, Susan. 50 anos de virgindade no Rio de Janeiro – As políticas de sexualidade no discurso jurídico e popular (1890 a 1940). In: *Caderno espaço feminino*. vol 2, ano II, Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, 1995.
- AGUIAR, Neuma. *Gênero e ciências humanas*. Desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1997.
- ALBUQUERQUE, Jr., Durval Muniz de. *Nordestino: uma invenção do falo – uma história do gênero masculino (Nordeste – 1920/1940)*. Maceió: Edições Catavento, 2003.
- ANDRADE, Ana Maria Ribeiro de e CARDOSO, José Leandro Rocha. Aconteceu, virou Manchete. In: *Revista brasileira de História*. vol.21, no.41, 2001.
- ARANTES, Juliana Amorim. O papel do colunismo social na formação do imaginário das elites sociais. Uberaba 1960/1980. p.6. In: <http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/LCA/lca0604.htm>. (Retirado em 02/09/2004)
- ASA, Briggs e BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- AVANCINI, Marta. Na era de ouro das cantoras de rádio. In: *Luso-Brazilian Review XXX*, v.3, nº 1, 1993.
- ARIÉS, Philippe; DUBY, Georges. *História da vida privada: da primeira guerra aos nossos dias*. trad.: Denise Bottman. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- \_\_\_\_\_. *História Social da Criança e da Família*. 2ª ed. trad.: Dora Flaksman. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1981.
- AZEVEDO, Thales de. *Regras do namoro à antiga*. São Paulo: Ática, 1986
- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BASSANEZI, Carla e URSINI, Leslie Bombonato. O Cruzeiro e as Garotas. In: *Cadernos Pagu*, nº4. Campinas: UNICAMP, 1995
- \_\_\_\_\_. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.) *Historia das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relação homem-mulher, 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- BESSE, Susan. *Modernizando a desigualdade: reestruturação da ideologia de gênero no Brasil (1914-1940)*. São Paulo: Ed. USP, 1999.
- BIVAR, Antônio. *James Dean*. O moço da capa. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- BLOCH, R. Howard. *Misoginia medieval e a invenção do amor romântico ocidental*. trad: Claudia Moraes. Rio de Janeiro: Ed. 43, 1995.



- BOMENY, Helena. Utopias de cidade: as capitais do modernismo. In: GOMES, Ângela de Castro (org). *O Brasil de JK*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- BORGES, Maria de Lourdes. *Amor*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BOURDIER, Pierre. *A dominação masculina*. 2ª ed. trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BRANDÃO, Antônio Carlos e DUARTE, Milton Fernandes. *Movimentos culturais de juventude*. 2ªed. São Paulo: Moderna, 2004.
- BRESCIANI, Maria Stella Martins (org). *A mulher e o espaço público*. Revista Brasileira de Historia, vol. 9, n° 18, São Paulo: ANPUH/Marco Zero, 1989.
- BUITONI, Dulcília Schroeder. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Editora Ática, 1986.
- BUTLER, Judith. "Variações sobre sexo e gênero". In BENHADED, Sheyla e CORNELL, Durcila (org). *Feminismo como crítica da modernidade*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1897.
- CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- CASALECCHI, José Ênio. *O Brasil de 1945 ao Golpe Militar*. São Paulo: Contexto, 2002.
- CARMO, Paulo Sérgio do. *Culturas da rebeldia*. Juventude em questão. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- CARVALHO, Gilmar. *A televisão no Ceará*. Consumo, lazer e indústria cultural. Fortaleza. 2ªed. Fortaleza: OMNI Editora Associados, 2004.
- CARVALHO, Luiz Maklouf. *Cobras criadas*: David Nasser e *O Cruzeiro*. 2ªed. São Paulo: Editora Senac, 1999.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural – entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990.
- COELHO, Teixeira. *O que é Indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- CUNHA, Maria Teresa Santos. *Armadilhas da sedução*. Os romances de M. Delly. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 1999.
- DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- \_\_\_\_\_. A Operação Histórica. In: LE GOFF, Jaques e NORA, Pierre. (org) *História: novos problemas*. 3º ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1998.
- DEL PRIORE, Mary. *Corpo a corpo com a mulher*. Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- \_\_\_\_\_. (org.). *História das mulheres no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2000.
- \_\_\_\_\_. *História do amor no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2005.
- D'INCAO, Maria Ângela. Mulher e Família Burguesa. In: DEL PRIORE, Mary (org.). *História das mulheres no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Sentimentos modernos*. A família na literatura. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das Mulheres no ocidente*. O século XX, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.

- ELIAS, Norbert. *O Processo civilizador: uma história dos costumes*. vol. 1 Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- FAOUR, Rodrigo. *Revista do Rádio: cultura, fuxicos, moral*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. "*Liberdade é uma calça velha azul e desbotada*". Publicidade, cultura de consumo e comportamento Político n Brasil (1954-1964). São Paulo: Editora HUCITEC, 1998.
- FONSECA, Cláudia. "Solteironas de Fino Trato: reflexões em torno do (não) casamento entre pequeno-burguesas no início do século". In: BRESCIANI, Maria Stella Martins (org). *A mulher e o espaço público*. Revista Brasileira de História, vol. 9, nº 18, São Paulo: ANPUH/Marco Zero, 1989.
- FOOT-WHITE, William. *Sociedade da esquina*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- FORNAZARI, Luciana Rosa. *Gênero em revista: Imagens modernas de homens e mulheres na revista O Cruzeiro do segundo pós-guerra*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC, 2001.
- FREITAS, Marcos Cezar Freitas (org.) *Historiografia brasileira em perspectiva*. São Paulo: Contexto, 2003.
- GAY, Peter. *A Paixão Terna. A experiência burguesa. Da rainha Vitória a Freud*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- \_\_\_\_\_. *A Educação dos sentidos. A experiência burguesa. Da rainha Vitória a Freud*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- GIDDENS, Anthony. *As transformações da intimidade. Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Editora Unesp, 1993.
- \_\_\_\_\_. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991
- GOMES, Ângela de Castro (org). *O Brasil de JK 2ª ed.* Rio de Janeiro: Editora FGV.
- GROPPO, Luís Antônio. *Ensaio sobre juventude e história das juventudes Modernas*. Rio de Janeiro: Diffel, 2000.
- HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das mulheres no ocidente. O século XX*, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.
- HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos. O breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HOLLANDA, Heloisa Buarque e ARAÚJO, Lúcia Nascimento. *Ensaístas brasileiras. Mulheres que escreveram sobre literatura e artes de 1860 a 1991*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as garotas do brasil. Moda e Imprensa – 1933-1980*. São Paulo: CLUQ, 2004.
- JACOBINA, Eloá; KÜHNER, Maria Helena (org.). *Feminino, masculino no imaginário de diferentes épocas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota Jucá. O Lazer em Fortaleza. In *Cadernos do Nudoc, Série História, nº18*. Fortaleza: UFC/NUDOC 1996.
- \_\_\_\_\_. *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza. (1945-1960)*. São Paulo: Annablume, 2003

- LASCH, Christopher. *Refúgio num mundo sem coração*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991
- \_\_\_\_\_. *A mulher e a vida cotidiana: amor, casamento e feminismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- LENHARO, Alcir. Fascínio e Solidão: As Cantoras do Rádio nas ondas sonoras do seu tempo. In: *Luso-Brazilian Review* XXX, v.3, nº 1, 1993.
- LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Caude (org). *História dos jovens*. Da antiguidade à Era Moderna. vol. 1, trad: Cláudio Marcondes, Nilson Moulin, Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- \_\_\_\_\_. *História dos jovens*. A Época Contemporânea. vol. 2, trad: Paulo Neves, Nilson Moulin, Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher*. Permanência e Revolução do feminino. trad: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- \_\_\_\_\_. *O império do efêmero*. A moda e seu destino nas sociedades modernas. Maria Lúcia Machado (trad.). São Paulo: companhia das Letras, 1989.
- LOBATO, Josefina Pimenta. *Amor, Desejo e Escolha*. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos tempos, 1997.
- LUSTOSA, Isabel. *O Nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- MACFARLANE, Allan. *História do casamento e do amor*. São Paulo: Companhia da Letras, 1990.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República*. São Paulo (1890-1922). São Paulo: Editora da USP e Imprensa Oficial do Estado, 2001.
- MATOS, Maria Izilda de e SOIHET, Raquel. *O corpo feminino em debate*. São Paulo: Editora Unesp, 2003.
- MATOS, Maria Izilda de. *Por uma história da mulher*. São Paulo: EDUSP, 2000.
- MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de estrelas*. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Editora UNICAMP, 1996.
- MORAIS, Fernando. *Chatô: O Rei do Brasil*. A vida de Assis Chateaubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- MORIN, Edgar. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX*. O Espírito do tempo - I Neurose. 5ªed. trad: Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- MURARO, Rose Marie e PUPPIN, Andréa Brandão (org). *Mulher, gênero e sociedade*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.
- NACIF, Maria Cristina Volpi. A moda no Brasil e os modelos estrangeiros: a influência do cinema de Hollywood no comportamento feminino dos anos 30-40. In: CARVALHO, Kathia; GALVÃO, Diana (org.). *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera, 2002.
- NAPOLITANO, Marcos. *Cultura Brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. São Paulo: Contexto, 2001.

- NAZARRI, Muriel. *O Desaparecimento do dote*. Mulheres, famílias e mudança social em São Paulo, Brasil, 1600-1900. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- NÉRI, Ana Katerine Medina. *O Jornal: possíveis hipóteses de sua criação e desaparecimento*. Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da UFC, Fortaleza: 1990.
- NETTO, Alcioly. *O império de papel*. Os bastidores de *O Cruzeiro*. Porto Alegre: Editora Salina, 1998.
- PASSERINI, Luiza. A Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois debates sobre os jovens: A Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 50. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Caude (org). *História dos jovens*. A Época Contemporânea. vol. 2, trad: Paulo Neves, Nilson Moulin, Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- PASSERINI, Luisa. "Mulheres, consumo e cultura de massas" In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das mulheres no ocidente*. O século XX, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.
- PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e cultura brasileira*. 3ª ed. São Paulo: Ática, 1993.
- RIOS, Kênia Sousa. A cidade cercada: festa e isolamento na seca de 1932. In: SOUSA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro. *Seca*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.
- PONTE, Sebastião Rogério. *Fortaleza Belle Époque: reformas urbanas e controle social (1860-1930)*. 2ª ed. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 1999. p. 175-185.
- \_\_\_\_\_ (org.). *História e memória do jornalismo cearense*. Fortaleza: NUDOC/UFC/ Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado do Ceará/SECULT, 2004
- PONTES, Albertina Mirtes de Freitas. *A Cidade dos clubes*. Modernidade e "Glamour" na Fortaleza de 1950-1970. Dissertação de Mestrado. Fortaleza: UFC, 2003.
- ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. *Tendendo por trás dos panos*. A mulher brasileira nas relações familiares. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- RODRIGUES, Marly. *A Década de 50: populismo e metas desenvolvimentistas no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.
- SCOTT, Joan. História das mulheres. In: BURKE, Peter (org). *A Escrita da História*. São Paulo: UNESP, 1992.
- SOIHET, Raquel. *História das mulheres*. In: CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo (org.). *Domínio da História: ensaios e teoria e metodologia*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- \_\_\_\_\_. História, mulheres e gênero: Contribuições para um debate. In: AGUIAR, Neuma. *Gênero e Ciências Humanas*. Desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres. Rio de Janeiro: Record e Rosa dos Tempos, 1997.
- SILVA, Antonio Luiz de Macedo. *Na Senda do Moderno*: Fortaleza, paisagem e técnica nos anos 40. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC-SP, 2000.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins. *O Adiantado da hora*. A Influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

- SILVA, Diocleciana Paula da. *Do recato à moda: Moral e Transgressão na fortaleza dos anos 1920*. Dissertação de Mestrado. Fortaleza: UFC, 2004.
- SILVA, Jane D. Semeão. *Mulheres de Fortaleza de 1940: uma vivência da segunda guerra mundial*. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: UFC/UFRJ, 2000.
- \_\_\_\_\_. Comportamento feminino em Fortaleza. Entre o tradicional e o moderno durante a 2ª Guerra Mundial (1939-1945). In: SOUZA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro (org). *Gênero*. Coleção Fortaleza: História e Cotidiano. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.
- SILVA, Marco Aurélio Ferreira. Uma Fortaleza de risos e molecagem. In SOUSA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro. *Comportamento*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SOLLER, *O imaginário em debate*. Gênero – Música – Pintura – Boêmia. São Paulo: Olho d'Água, 1998.
- SOUZA, Simone de e NEVES, Frederico de Castro (org). *Gênero*. Coleção Fortaleza: História e Cotidiano. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002.
- SCHPUN, Mônica Raisa. "O Amor na Literatura. Um exercício de compreensão histórica". *Cadernos Pagu*. Nº 3/9. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Beleza em jogo*. Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Editora Senac e Boitempo, 1999.
- THÉBAUD, Françoise. A grande Guerra: O triunfo da vida sexual In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das mulheres no ocidente*. O século XX, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.
- TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor*. A americanização do Brasil na época da segunda guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- PADRÓS, Enrique Serra. Capitalismo, prosperidade e Estado de bem-estar social. In: REIS, Daniel Aarão; FERREIRA, Jorge e ZENHA, Celeste. *O Século XX: O tempo das dúvidas*. Do declínio das utopias às globalizações. 2º ed. Rio de Janeiro: civilização Brasileira, 2003.
- PASSERINI, Luisa. A Juventude, Metáfora da Mudança Social. Dois debates sobre os jovens: A Itália Fascista e os Estados Unidos da década de 50. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Caude (org). *História dos jovens*. A Época Contemporânea. vol. 2. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- PASSERINI, Luisa. Mulheres, criação e representação. In: DUBY, Georges e PERROT, Michele (org). *História das mulheres no ocidente*. O século XX, vol 5, trad: Maria Helena Cruz Coelho, Irene Maria Vaquinhas, Leontina Ventura e Guilhermina Mota. Porto: Edições Afrontamento e São Paulo: Ebradil, 1998.
- PEDRO, Joana Maria. *Mulheres honestas, mulheres faladas, uma questão de classe*. 2 ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1998.
- \_\_\_\_\_. e CROSSI, Miriam Pilar. *Masculino, feminino, plural*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998.
- PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e cultura brasileira*. 3ª ed. Ática, 1993.