



ARTIGO

**A POLÍTICA
REPRESENTACIONAL
DA REVISTA CAPIXABA
(1967-1971): NORMAS DE
GÊNERO DO GOVERNO
DITATORIAL EM
VITÓRIA - ES**

Maria Beatriz Nader

PHD em Sociologia Política e doutora em História. Professora Titular do Programa de Pós-graduação em História Social das Relações Políticas da UFES.

Mirela Marin Morgante

Doutora em História Social das Relações Políticas pela Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, Brasil. Apoio para a pesquisa da FAPES e da CAPES.

Resumo

Em finais dos anos de 1960, a cidade de Vitória, capital do Espírito Santo, vivia uma dinâmica de intenso crescimento urbano e industrial, acompanhada de modificações nos costumes sociais. Visando guiar os comportamentos da população em conformidade com os ideais de "ordem" e de "progresso" da política nacional ditatorial, o governo estadual de Christiano Dias Lopes Filho (1967-1971) produzia e legitimava discursos de "verdade" sobre as identidades de gênero. A Revista Capixaba (1967-1971), existente justamente no período da administração de Christiano Dias Lopes, era um dos principais veículos de comunicação do poder estatal. Por meio da análise de discurso foucaultiano da revista, o presente artigo examina a política representacional de gênero do periódico, relacionando-a com a formação histórica da sociedade capixaba do período. O objetivo é demonstrar como a revista produzia representações de feminilidade pautadas na passividade, na submissão e na domesticidade das mulheres, em consonância com os valores tradicionais de família burguesa defendidos pelo poder do Estado ditatorial.

Palavras-chave: gênero, poder, discursos, mídia, estado ditatorial.

Em finais da década de 1960, a capital do estado do Espírito Santo, Vitória, vivia uma dinâmica de modernização, caracterizada pelo aumento populacional, pela expansão da construção urbana, pela criação de infraestrutura energética e de transportes, pela industrialização e pela intensificação das atividades comerciais e portuárias. No âmbito nacional, a política da ditadura civil-militar (1964-1985) incentivava a industrialização do país via capital estrangeiro e investia na produção discursiva dos ideais de "ordem" e "progresso" para nortear o processo de modernização brasileiro, que abrangia as esferas da economia, da política, da geografia, da sociedade e da cultura. O governo do Espírito Santo seguia o modelo de progresso imposto pela política federal, pro-

Abstract

At the end of the 1960s, the city of Vitória, capital of Espírito Santo, experienced a dynamic of intense urban and industrial growth, accompanied by changes in social customs. In order to guide the behavior of the population in accordance with the ideals of "order" and "progress" of dictatorial national policy, the state government of Christiano Dias Lopes Filho (1967-1971) produced and legitimized speeches of "truth" about the identities of gender. The Revista Capixaba (1967-1971), which existed precisely during the administration of Christiano Dias Lopes, was one of the main vehicles of communication for state power. Through the analysis of the magazine's Foucaultian discourse, this article examines the journal's gender representational policy, relating it to the historical formation of the Espírito Santo society of the period. The objective is to demonstrate how the magazine produced representations of femininity based on passivity, submission and domesticity of women, in line with the traditional values of bourgeois family defended by the power of the dictatorial state.

Keywords: gender, power, discourse, media, dictatorial state.

movendo o desenvolvimento industrial e urbano do estado acompanhados da formação de discursos e práticas sociais consonantes com os ideais do Estado militar (SIQUEIRA, 2010; DUARTE, 2014).

Com uma atuação que abrangia o conjunto de práticas e de discursos disseminados por todas as esferas da vida em sociedade, o poder público levava adiante sua política de representação pautada na construção de normas de identidades de gênero essencialistas e binárias, dentro da lógica patriarcal. Conforme Judith Butler (2016), a política de representação constrói uma imagem de feminilidade e de masculinidade visando criar a identificação dos sujeitos aos ideais de gênero produzidos por ela mesma. Para a autora, a categoria gênero é produzida, assim,

como unidade estática, coerente e em oposição binária, com um caráter "natural" e "verdadeiro", de maneira que o ideal de comportamento feminino é colocado como oposto ao gênero masculino. Mas, as mulheres e os homens reais nunca podem incorporar plenamente as identidades de gênero construídas como "verdadeiras" pela política de representação, evidenciando que gênero é, de fato, uma ficção reguladora, impossível de ser plenamente incorporada pelos sujeitos, constituindo-se como parte da estratégia que visa ocultar e naturalizar o caráter performativo do gênero (BUTLER, 2016).

De acordo com Butler (2016), as identidades de gênero são produtos de normas de inteligibilidade construídas pelos sistemas jurídicos de poder e estão inscritas nos corpos e nas ações rotineiras dos sujeitos na forma das *performances* assumidas. As estruturas discursivas e as práticas sociais de determinada política representacional, produzem e naturalizam as categorias de identidade por meio de relações de inteligibilidade entre sexo, gênero e desejo, de maneira a constituir um modelo identitário coerente e de fácil compreensão. Nesse sentido, o sexo feminino, entendido enquanto a biologia corporal das mulheres, pressupõe o gênero feminino, visto como o comportamento social correspondente ao sexo, que, por seu turno, é voltado para o desejo heterossexual, para os homens. Esta é a construção de inteligibilidade causal impressa nas representações de gênero, que tem como objetivo esconder seu caráter ficcional e normativo, dando a aparência de natureza e de coerência. Os discursos e as práticas da política de representação de gênero constituem, dessa forma, atos e gestos repetidos de diferenciação binária entre feminino e masculino, ou seja, são as *performances* de gênero assumidas pelos sujeitos sociais (BUTLER, 2016).

Nos anos de 1960, no Brasil, a política representacional de gênero era levada a cabo pelos poderes da ditadura civil-militar instaurada em 1964. Levando adiante uma dinâmica de modernização pautada no crescimento das multinacionais, que tinha como país de referência os Estados Unidos, a política repre-

sentacional brasileira procurava inculcar na população estilos de vida e normas identitárias condizentes com a utilização de produtos recentemente lançados no mercado consumidor nacional. Tânia Regina de Luca (2013) explica que as indústrias financiavam propagandas no cinema, nas rádios, nos canais televisivos, nos jornais e nas revistas, mostrando os benefícios de manter relações sociais pautadas pelo consumo de vestimentas, acessórios, bebidas, carros, móveis, imóveis, máquinas de lavar, torradeiras e cafeteiras, de última geração e na moda. Dentre as diversas instituições sociais em que os discursos de poder se faziam presentes, os meios de comunicação tinham grande destaque, pois eram imprescindíveis na produção e na legitimação das identidades de gênero e da lógica de consumo consonante com o modelo de desenvolvimento via capital estrangeiro.

No Espírito Santo não era diferente, a mídia era um dos principais veículos de produção discursiva das identidades de gênero dentro dos moldes do consumismo estadunidense e dos ideais da ditadura civil-militar. Para Carlos Teixeira Campos Júnior (2005), particularmente durante o governo de Christiano Dias Lopes Filho (1967-1971), houve um processo de urbanização e industrialização acelerados, marcado pela expansão das atividades portuárias e comerciais, e da ampliação da infraestrutura energética e de transportes, principalmente na Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV). Com isso, as representações e as práticas sociais produziam as imagens essencialistas de gênero nos diversos meios de comunicação estaduais, acompanhando a dinâmica modernizadora. A Revista Capixaba, lançada em 1967 e com publicação mensal até o ano de 1971, merece destaque enquanto produção discursiva da política representacional da administração de Christiano Dias Lopes Filho, na medida em que existiu tão somente durante o período do seu governo e estava sujeita à lei da censura¹, como toda a produção midi-

¹ Lei nº 5.536, de 21 de novembro de 1968. Conforme a lei, todos os meios de comunicação deviam passar pela inspeção dos agentes auto-

ática da época, veiculando apenas conteúdos previamente autorizados pelo governo ditatorial.

Por meio da análise de discurso da Revista Capixaba (1967-1971), pretende-se demonstrar a construção das imagens de feminilidade de sua linha editorial, enquanto constitutiva da política de representação de gênero do governo capixaba, que produzia identidades de gênero fictícias e essencialistas, consonantes com os discursos de poder do Estado civil-militar. Segundo Michel Foucault (2007), o discurso é um conjunto de enunciados com princípios de regularidade em uma mesma formação discursiva. Para o autor, não há um sujeito como instância fundadora do discurso, por isso a análise se volta para a descrição dos enunciados inseridos em um campo de regularidades. Foucault (2007) situa o discurso em um espaço de entrecruzamento entre o poder e o saber, produzindo as “verdades incontestáveis” dos poderes regulatórios e disciplinadores de determinada formação social. O autor explica que os enunciados pertencem a uma ordem do discurso que limita o que pode ser dito dentro de um conjunto de regras pré-estabelecidas que estão em conformidade com as disputas de poder, de forma a fabricar os discursos do saber enquanto “verdades absolutas e incontestáveis”.

Helena Brandão (2004) explica que a análise de discurso foucaultiano consistirá, assim, na descrição dos enunciados que compõe a formação discursiva e do exame da história descontínua que constrói uma posição do sujeito discursivo, ou seja, a história das relações de poder que configuram o dizível. Para ela, na perspectiva de Foucault, “[...] a matéria de uma análise de discurso descontínua é o evento na sua manifestação discursiva sem referência a uma teleologia ou a uma subjetividade fundadora” (BRANDÃO, 2004, p. 34). Nesse sentido, procede-se à análise de discurso da Revista Capixaba procurando evidenciar as regularidades enunciativas do periódico no

que tange às representações da feminilidade, tendo como parâmetro a formação histórica da sociedade capixaba dos anos de 1967 a 1971, produtora do dizível enquanto “verdades absolutas”. O objetivo é analisar a política representacional de gênero da Revista Capixaba, enquanto produtora e legitimadora das identidades de gênero como oposições binárias na sociedade capixaba, em consonância com os ideais de “progresso” e de consumo construídos pelos discursos de poder do Estado ditatorial. Em meio à modernização do Brasil e do Espírito Santo, a política representacional da Revista Capixaba mostra a preocupação fundamental dos discursos de poder em produzir modelos de identidade de gênero inteligíveis, capazes de serem incorporados pelos sujeitos, visando à disciplinarização e à regulação da população vitorriense.

Formação social do Brasil e do Espírito Santo (1960-1970): produção da mística feminina como modelo de representação identitária

Em fevereiro de 1968, um dos veículos de comunicação mais importantes do estado, a Revista Capixaba, publicou a matéria *Mulher=Homem: misoginia é o resultado*, abordando a questão da falta de interesse e da desilusão masculina frente ao casamento. Com a opinião científica do psiquiatra americano Prof. Ralph Broeson, e romanesca do literata francês, Pierre Bourgeade, a reportagem apontava o comportamento feminino da época como o responsável pela aversão que os homens estavam manifestando pelas mulheres e, conseqüentemente, pelo casamento. Segundo a reportagem, as mulheres modernas estavam se masculinizando, pois passaram a trabalhar fora de casa, usar calça, fumar e agir de forma independente, em suma, comportando-se como os homens. Conforme o editorial, elas não tinham mais aquela *coqueteria* que encantava o universo masculino e deixaram de esperar pelo príncipe encantado,

o que era bastante agradável para os “solteirões” à procura de esposas e mesmo para os maridos. A matéria culpabilizava as mulheres pela falta de interesse masculino pelo matrimônio, na medida em que atribuía ao comportamento feminino “moderno” a aversão dos homens a elas. Diante das “mulheres modernas”, claro, infere-se que nada mais “natural” que a misoginia masculina.

A matéria procurava prevenir as mulheres dos riscos que a modernização implicava para as formas de conduta tipicamente femininas, mostrando que os homens não se atraíam por mulheres independentes e “masculinizadas”. Se o padrão de masculinidade da sociedade capixaba daquele momento – e ainda hoje – estava relacionado à autonomia financeira dos homens e à dependência das mulheres, diante da inserção delas no mercado de trabalho, a liberalização dos costumes e o livre exercício da sexualidade, a interpretação dos homens em relação às mulheres era que elas realmente estavam se masculinizando. Afinal, em finais da década de 1960, as mulheres estavam mais presentes no mercado formal de trabalho, nas universidades, nos espaços de lazer públicos e nas atividades esportivas, além do consumo de bebidas alcólicas, de cigarros e da moda da calça jeans, blusa e cabelo curto, ser cada vez mais frequente entre elas (PEDRO, 2013; LUCA, 2013). Se as novas formas de conduta não eram experimentadas por todas as mulheres, ao menos atingia aquelas para as quais se direcionava o discurso midiático e o interesse de matrimônio dos homens bem-sucedidos, ou seja, as mulheres brancas, de classe média e alta. Estas, progressivamente se inseriam nos padrões representacionais de gênero então contemporâneos.

Seguindo uma linha editorial que mostrava os aspectos positivos da modernização econômica via capital estrangeiro, vangloriando os feitos do governo ditatorial, uma das grandes preocupações da Revista Capixaba era fortalecer o ideal de comportamento feminino diante das modificações sociais e culturais da sociedade capixaba. Dentre conteúdos tão diversos, a reportagem colocava em evidência a

preocupação central da elite local da época de que as mulheres brancas cumprissem com as *performances* femininas em conformidade com sua política representacional. Se, de um lado, as mulheres iam ocupando espaços de poder e desestabilizando as normas de inteligibilidade de gênero ao adotarem comportamentos tipicamente masculinos, de outro, era crucial salvaguardar a família brasileira e, para isso, elas deveriam internalizar a tão cultuada identidade de esposa e mãe em detrimento de sua autonomia financeira e sexual.

Os meios de comunicação eram um dos veículos primordiais na produção e na legitimação da política de representação de gênero do governo ditatorial nacional e estadual. A Revista Capixaba era uma das mais importantes do estado e foi lançada em 1967, em meio a uma pomposa festa que reuniu políticos, empresários e personalidades da alta sociedade vitorriense, e teve uma publicação mensal no Espírito Santo até o ano de 1971 (FRANÇA, et.al., 2005). Coincidência ou não, existiu justamente no período de governo de Christiano Dias Lopes Filho, nomeado em conformidade com o poder central da ditadura civil-militar para defender seus interesses em solo Espírito-Santense. Embora a redação da revista fosse sediada em Vitória, a produção ficava no Rio de Janeiro, sob a direção e edição geral de Álvaro Pacheco. Estava sujeita à lei da censura, de forma que só veiculava conteúdos previamente autorizados pelo governo militar. A Revista Capixaba se inseria no conjunto de práticas discursivas produzidas, controladas e enunciadas pelo regime ditatorial enquanto verdades absolutas. Era um dos veículos de comunicação utilizados pelo poder estatal para mostrar seus feitos e orientar as condutas da população brasileira para acompanhar o “progresso” da nação.

No dia de seu lançamento, a Revista Capixaba vendeu dois mil exemplares em apenas duas horas, evidenciando o seu sucesso e, conforme Ceciana França (et. al. 2005), o provável saudosismo dos capixabas da antiga Revista Vida Capixaba, que circulou entre os anos de 1923 e 1957. Mantendo o caráter eli-

rizados pelo Estado, para serem previamente autorizados antes de sua veiculação (BRASIL, 1968).

tista da Revista Vida Capixaba, a Revista Capixaba representava os ideais conservadores da elite local e do regime civil-militar. O conteúdo se direcionava para a cobertura de eventos da alta sociedade capixaba, como festas de casamento e posses de políticos, para as últimas tendências na moda, receitas de bolo, moldes de roupas e outros assuntos que se pretendiam voltados para o público feminino, além de matérias e artigos políticos que mostravam os avanços econômicos, tecnológicos e paisagísticos do governo militar, sem deixar de abordar questionamentos e orientações sobre os comportamentos “modernizantes” da juventude brasileira.

Assim como as revistas cariocas e paulistanas, inspiradas em periódicos estadunidenses e europeus, a Revista Capixaba acompanhou a tendência internacional de tratar de questões relacionadas ao lar, à beleza e às relações afetivas no conteúdo editorial, para, a partir dos anos de 1970, somar os discursos sobre profissão e sexo (LUCA, 2013). Os periódicos eram voltados para o mesmo público alvo, a população economicamente ativa, qual seja, mulheres e homens de classe média e alta com capacidade de consumo. Dado o crescimento das indústrias e a formação de um mercado consumidor brasileiro, os meios de comunicação produziam representações identitárias condizentes com os novos produtos ofertados no comércio. Com isso, reforçavam as normas de inteligibilidade de gênero ao mostrar para a população os produtos recentemente lançados no mercado, na mesma medida em que produziam a propensão a aderir às novas formas de consumo que a modernização exigia.

Como explica Luca (2013), as indústrias de bens duráveis e não duráveis financiavam propagandas nas rádios, nos canais de TV, nos jornais, nas revistas, no cinema e nos *outdoors* que circundavam grandes avenidas. A ideia era incutir na população urbana o *american way of life*², para que seu cotidiano e suas

relações sociais estivessem em consonância com o consumo de cigarros, bebidas, cosméticos, jeans, acessórios, torradeiras, cafeteiras, máquinas de lavar louças e roupas, produtos de limpeza, enfeites domésticos, enfim, uma gama de produtos que haviam sido criados para todos(as) “viverem melhor”. Até mesmo as reportagens que se pretendiam científicas e preocupadas com o bem-estar da população tinham um caráter propagandístico, na medida em que se utilizavam de categorias de identidade de gênero que fortaleciam e produziam comportamentos sociais em conformidade com o consumo dos novos produtos.

No contexto do mercado industrial estadunidense, Betty Friedan (1971) denuncia a produção pela sociedade de consumo de uma identidade feminina associada à maternidade e ao casamento, que influenciou milhares de mulheres a dedicar-se à vida doméstica e à compra de produtos. O resultado, segundo a autora, foi uma geração de mulheres depressivas, ansiosas, irritadiças, descontentes, consumidoras de remédios controlados e frequentadoras de psicólogos e de psicanalistas. Partindo da observação de sua vida pessoal e de suas amigas, Friedan (1971) detectou um “problema sem nome” entre as mulheres de sua geração, a partir de meados do século XX. A imagem à qual elas procuravam se amoldar, chamada por ela de *mística feminina*, provocavam uma insatisfação constante, um anseio e uma frustração. A vida de dona de casa era sempre a mesma coisa: o cuidado dos filhos, do marido, da casa, a compra de objetos decorativos, de vestimentas, arrumar as camas e o material escolar dos filhos, preparar o lanche da família, levar as crianças “[...] para a reunião de lobinhos e fadinhas [...]”, para, à noite, deitar-se ao lado do marido, “[...] temendo fazer a si mesma a

dinamismo e pelo liberalismo. O conceito passou a ser utilizado pelos movimentos feministas da década de 1960 para evidenciar como os meios de comunicação se utilizavam do ideal de estilo de vida americano para incutir na população determinados padrões de consumo, de família, de beleza e de gênero para a conquista da liberdade e da felicidade plenas (CUNHA, 2018).

silenciosa pergunta: ‘É só isto?’” (FRIEDAN, 1971, p. 17).

Partindo desse problema, Friedan (1971, p. 12) realizou entrevistas com editores de revistas femininas, pesquisadores de publicidade e especialistas teóricos da mulher, psicólogos, psicanalistas, antropólogos, sociólogos e educadores de família, além de cerca de 80 mulheres que viviam a *mística feminina*, esposas e mães jovens e de meia idade, que “[...] não sabiam que nome dar ao problema que as perturbava [...]”. A autora demonstra que em finais da década de 1950 a média etária de casamento feminino baixou para 20 anos e mostrava uma tendência para diminuição ainda maior, se comparado à década de 1920, quando as mulheres ainda lutavam pelo direito à educação, à profissão e ao voto. Ademais, a proporção de mulheres na universidade também caiu substancialmente, de 47% em 1920 para 35% em 1958, além de 60% delas abandonarem o curso para se casar. A presença das mulheres na universidade passou a ser vista como “para arranjar marido”. Friedan (1971, p. 20) explica que,

Nos quinze anos que se seguiram à Segunda Guerra Mundial, esta mística de realização feminina tornou-se o centro querido e intocável da cultura americana contemporânea. Milhões de mulheres moldavam sua vida à imagem daquelas bonitas fotos de esposa suburbana beijando o marido diante do janelão de casa, descarregando um carro cheio de crianças no pátio da escola e sorrindo ao passar o novo espalhador de cera no chão de uma cozinha impecável.

Também comparando o isolamento feminino à esfera doméstica de princípios do século XX com o período posterior à Segunda Guerra Mundial, Christopher Lasch (1999) explica que ao contrário do que diziam os movimentos feministas dos anos de 1960, para os quais a década marcava uma revolução sexual sem precedentes, houve um isolamento doméstico ainda maior das mulheres estadunidenses, em consonância com o rápido crescimento dos subúrbios,

bairros com casas modernas organizadas ao redor de um comércio e distantes do centro urbano. Se em finais do século XIX e princípios do XX, as mulheres de classe média e alta eram destinadas ao trabalho doméstico devido a um culto à domesticidade, muitas também atuavam no mundo público, seja na luta pelo direito ao voto e à educação, seja em trabalhos voluntários em bibliotecas, hospitais, creches, centros sociais, parques, praças, salas de concerto e museus. Elas contavam com uma solidariedade de vizinhança e com o trabalho das empregadas domésticas para dar conta das tarefas de casa, cuidar dos filhos e do marido, liberando-as para exercerem outras atividades fora do lar.

Já na segunda metade do século XX, os subúrbios representavam o ideal de vida da mulher branca americana, vivendo em suas casas modernas e amplas, e contando com grandes possibilidades de consumo. Mas, agora, elas não podiam mais contar com a antiga solidariedade de vizinhança, pois os subúrbios eram distantes de suas famílias e de suas amigas mais próximas. As empregadas domésticas, por sua vez, foram gradualmente desaparecendo dos lares americanos, na medida em que o trabalho, até mesmo de diaristas, ficou mais caro e inacessível para as famílias de classe média. Como Lasch (1999, p. 123) afirma,

Os empregados domésticos, a família extensa, os amigos e vizinhos que funcionavam como uma rede de apoio informal - todos foram excluídos do lar suburbano da classe média, com a consequência de que as donas-de-casa se viram como proprietárias únicas, livres para organizar tudo como queriam.

O discurso da *mística feminina* presente nos meios de comunicação fazia com que as mulheres brancas estadunidenses almejassem e assumissem a identidade de gênero de esposa, mãe e dona-de-casa em todo o tempo disponível que tinham. Assim como Friedan (1971) mostra a diminuição do número de mulheres nas universidades neste período, Lasch

² Expressão cunhada por Willian Herberg fazendo referência ao estilo de vida dos estadunidenses, caracterizado pelo individualismo, pelo

(1999) afirma que seu trabalho nas mais diversas áreas foi reduzido substancialmente, na mesma medida em que elas passaram a assumir o trabalho doméstico em tempo integral. O autor explica que a obra “A mística feminina” de Betty Friedan denunciou justamente a “suburbanização” da alma americana, a ampliação da dedicação feminina mais do que necessária aos trabalhos domésticos, o que era extremamente prejudicial para elas e até mesmo para seus filhos. É exatamente essa dedicação integral à casa e à família, que Friedan (1971) evidencia em seu estudo, mostrando como a *mística feminina* invadiu os veículos de comunicação, em consonância com as novas necessidades de consumo do mercado industrial dos Estados Unidos, e se tornou o modelo de vida para grande parte das americanas com razoável poder aquisitivo.

As revistas femininas eram um dos principais meios de comunicação que fortaleciam a *mística feminina*, apresentando às mulheres os comportamentos que seriam condizentes com o “progresso da civilização norte-americana”, com a liberdade e a felicidade características do *american way of life*. O sucesso econômico do país era acompanhado de um modelo de família e de mulher perfeitas, referência para o resto do mundo. Enquanto os homens eram os produtores, as mulheres deviam cumprir seu papel de consumidoras, a ponto de na década de 1960, corresponderem à 80% da população consumidora do país. Era o chamado “retorno ao lar” das mulheres de classe média e alta, depois de sua efetiva participação pública no começo do século XX e principalmente durante a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais (FRIEDAN, 1971).

No Brasil, a *mística feminina* e o discurso de modernização econômica eram proferidos em meio à repressões, censuras, prisões e assassinatos de milhares de pessoas. Conforme Ana Rita Fonteles Duarte (2014), o Estado autoritário criou a Doutrina de Segurança Nacional (DSN) como uma linha de ação que passou a nortear as intervenções militares em todas as esferas sociais, abrangendo a política, a econô-

mica, a psicossocial e a militar. A defesa dos valores tradicionais de gênero, de família, de escola e de propriedade fazia parte da Doutrina, como estratégia de mobilização psicossocial para estruturar e legitimar as práticas reguladoras da ditadura civil-militar. Atuando junto às instituições da sociedade civil como as famílias, as escolas, os meios de comunicação, as empresas e a Igreja, o Estado incutia o ideal da *mística feminina*, mostrando ao conjunto social o modelo de feminilidade associado à passividade, ao cuidado e à beleza. Os “maus comportamentos” morais e sexuais, de mulheres e de homens, eram vistos como “[...] um risco para a preservação da moral sexual e da estrutura familiar”, e como “[...] uma das armas usadas pelos comunistas para degradar a sociedade tornando-a campo fértil para a disseminação de suas ideias” (DUARTE, 2014, p. 79). Com esses argumentos, a ditadura civil-militar procurava normatizar as representações de gênero e enquadrar os sujeitos sociais nos padrões de identidade fabricados, não obstante as modificações sociais e comportamentais frutos do crescimento industrial e urbano da sociedade brasileira. As mudanças precisavam ser acompanhadas por políticas de normatização de gênero, de forma que a população aderisse às novas formas de consumo, na mesma medida em que garantissem a permanência da “ordem social”.

Utilizando-se da DSN e atuando em nome da segurança da nação, o regime ditatorial perseguia todos os inimigos políticos e garantia o monopólio do capital estrangeiro no país (DUARTE, 2014). Com um discurso conservador de família burguesa, apoiado na ciência e na moral cristã, o governo militar se colocava como salvador da pátria, aquele que levaria o Brasil para o progresso, que traria o capital estrangeiro propulsor da economia brasileira. Junto com o capital estrangeiro, principalmente dos Estados Unidos, veio toda uma política de representação de gênero característica do *modus operandi* do capitalismo e da heterossexualidade compulsória. O cinema, o formato e o conteúdo dos meios de comunicação, os produtos consumidos pela população, como roupas,

sapatos e apetrechos vários, as construções urbanas, o sistema de transporte, as relações sociais e de gênero, enfim, todas as esferas da vida em sociedade foram invadidas pelo discurso do desenvolvimento, tendo como país de referência os Estados Unidos.

A política representacional da Revista Capixaba (1967-1971): análise de discurso

No estado do Espírito Santo, a influência das representações de gênero e os apelos de consumo vindos com as multinacionais e com os meios de comunicação também se fizeram presentes, na medida em que atendia aos interesses da elite capixaba e da política ditatorial nacional. A Revista Capixaba é um exemplo disso, evidenciando em suas páginas a *mística feminina* tão comum nas revistas americanas. As mulheres que compunham o mundo cinematográfico e da moda estadunidense e europeia eram apresentadas como os ideais de beleza e de comportamento para as capixabas. Especificamente nos editoriais sobre moda, as vestimentas femininas eram associadas ao ideal de domesticidade das mulheres, com padrões de cores e traços estilísticos condizentes com o recato e a elegância presentes no modelo de feminilidade, produzindo efeitos de realidade na ficção da imagem de mulher perfeita³. Na matéria *Nossa Mulher em 67*, publicada em abril de 1967, os traços geométricos e os detalhes sutis das vestimentas femininas de última moda acompanhavam a pretensa sutileza e juventude típicos da personalidade feminina (NOSSA, 1967).

3 Em 1975, nos Estados Unidos, foi lançado o livro “The Stepford Wives”, de Ira Levin, cuja expressão do título, “stepford”, foi incorporada à cultura americana e se referia às pessoas que viviam com ar robótico, conformadas com sua situação e com o que ocorria ao seu redor. Ainda nesse mesmo ano, o livro foi transformado em filme e obteve muito sucesso. Em 2004, o livro ganhou nova adaptação fílmica, como o título “Mulheres perfeitas”. Trata-se de uma comédia/filme de ficção científica, lançada novamente nos Estados Unidos, sob a direção de Frank Oz, com figurino de Ann Roth e com Nicole Kidman como protagonista.



Figura 1: Matéria *Nossa mulher em 67*. Fonte: Revista Capixaba (abr. 1967)

Os novos padrões de consumo relacionados às vestimentas de última moda, se enquadravam nos ideais de identidade de gênero construídos pelos poderes da ditadura civil-militar brasileira, enaltecendo a beleza, o recato e a sobriedade das mulheres brancas, de classes privilegiadas.

A Revista Capixaba procurava mostrar com suas matérias que, se de um lado, as mulheres estavam se libertando, usando vestimentas mais modernas e arrojadas, em espaços de lazer onde pudessem exibir sua beleza e jovialidade, de outro, corriam sérios riscos de perder o casamento “tão esperado” e de exercer a maternidade “tão sonhada”. Por isso, a revista insistia que o matrimônio era um “bom ne-



Figura 2 – Matéria *Casar é bom negócio*. Fonte: Revista Capixaba (jun. 1969)

gócio”, como afirmava uma matéria publicada em junho de 1969, *Casar é bom negócio* (CASAR, 1969). A reportagem procurava convencer mulheres e homens de que ainda valia a pena se casar. Para as mulheres era a oportunidade de encontrar a estabilidade financeira propiciada pelo trabalho do marido, pois ela era dificilmente conquistada apenas com os recursos adquiridos pelo ofício da mulher, para procriar e criar os filhos com segurança e saúde. Para os homens, por seu turno, o matrimônio permitiria a reprodução de sua linhagem e o exercício de uma sexualidade sadia, longe dos bordéis e da multiplicidade de parceiras sexuais. Nada mais saudável para as pessoas e todo o conjunto social do que o matrimônio heterossexual e monogâmico, defendiam os porta vozes da ditadura civil-militar brasileira e do capital monopolista

estrangeiro, cujos discursos estavam presentes na revista.

Se a maternidade e o casamento eram realmente os destinos almejados pelas mulheres de elite, é difícil saber com precisão. O que se sabe é que a política de representação de gênero capixaba produzia a *mística feminina*, gerando nas mulheres expectativas, pensamentos e práticas dentro do modelo de feminilidade apresentado. Em outra matéria publicada em março de 1968, a orientação era voltada para a educação das meninas desde a mais tenra idade. Com o título *Como educar uma filha* e com uma foto de capa de uma menina de, no máximo, quatro anos de idade, a revista advertia os pais dos problemas da modernidade na educação das filhas e propunha soluções com base na opinião de uma especialista no assunto, a Dra. Maria de Lourdes Barros. Mais uma vez, a modernização era colocada como trazendo enormes benefícios para a sociedade, mas também inúmeros empecilhos quando se tratava da liberalização dos costumes para as mulheres, na medida em que lhes podia provocar expectativas não condizentes com a *mística feminina*.

Segundo a reportagem, havia um processo de enfraquecimento da autoridade familiar propiciado pelo progresso tecnológico. A criança já não tinha mais a presença constante da mãe para acompanhar seu processo de formação e os valores morais estavam sendo transmitidos pelos meios de comunicação e não mais pela família. A importância da escola adquiria aí um papel fundamental. Particularmente para as meninas, a escola tinha a função de dar o suporte para o seu desenvolvimento, visto que elas estavam sentindo cada vez mais a necessidade de afirmação pessoal. Conforme a matéria, as mulheres vinham manifestando a vontade de ter autonomia, o que seria um perigo para a sua formação saudável. O sonho feminino deixava de ser tão somente a maternidade e o casamento, uma vez que agora elas queriam afirmação pessoal e autonomia. Era preciso lidar com essa aspiração feminina com cautela e muita orientação, para que elas não acabassem se des-



Figura 3 – Matéria *Como educar uma filha*. Fonte: Revista Capixaba (mar. 1968)



virtuando do seu destino “biológico” de serem mães e esposas fiéis.

Antes de mais nada, era preciso guiar o processo de modernização e, particularmente, de libertação feminina. As mulheres que agora trabalhavam e tinham lazeres fora de casa, que bebiam e fumavam, não podiam se esquecer do seu verdadeiro “destino biológico”, da missão maternal de todas as mulheres. Maria Beatriz Nader (2001) explica que nas sociedades ocidentais modernas, as diferenças biológicas entre os indivíduos eram percebidas pelos cientistas e pela Igreja como evidência da supremacia masculina, em força e em inteligência, em detrimento da pouca capacidade física e intelectual da mulher. O corpo e a psicologia das mulheres eram vistos como uma combinação de fraqueza muscular, sedentarismo, incapacidade intelectual e sensibilidade emocional, que as tornavam mais aptas a criar os filhos, cuidar da casa e do marido. O útero definia o papel das mulheres enquanto mães, receptivas, submissas, fiéis aos maridos e castas quando solteiras ou viúvas. Como Nader (2001, p. 113) sintetiza, “segundo essa

concepção, a mulher, de acordo com a natureza e seu destino, nasceu para ser mãe, ocupar-se do marido, ser bondosa e ser a guardiã do lar”.

Nader (2001) demonstra que a separação entre os setores da vida doméstica e do trabalho ocorrida a partir de finais do século XIX e radicalizada com o avanço urbano e industrial em cada localidade, alterou substancialmente o papel das mulheres na família. Ela explica que a ideia de que a biologia da mulher a destinava à dedicação total ao lar influenciou todos os setores da sociedade, de forma que ela “[...] já não seria mais caracterizada pela sua capacidade de produção como o homem e, sim por sua capacidade de amar. Já não era produtora e reprodutora. Somente era multiplicadora genética e da ordem” (NADER, 2001, p. 112). A partir de então, as mulheres de classe média e alta deveriam ser, acima de tudo, mães, esposas e, claro, consumidoras, correspondendo aos ideais da *mística feminina*. Caso o trabalho feminino fosse apenas um complemento ao masculino, para possibilitar a ampliação da capacidade de compra da família, este seria aceitável. Mas o papel maternal



Figura 4 – Matéria *Beleza e suavidade*. Fonte: Revista Capixaba (mai. 1969).

dentro do matrimônio monogâmico e heterossexual era apresentado como o mais importante para a família e todo o conjunto social.

Na Revista Capixaba, a normatização da identidade feminina em meio a modernização de Vitória tinha um caráter tão imperioso, que em todos os exemplares do periódico havia pelo menos uma matéria enaltecendo a mulher capixaba moderna como culta, dinâmica, bela, meiga e maternal. Com a imagem de uma mulher branca, jovem, enquadrada dentro do padrão de beleza da época e pertencente à alta sociedade, que geralmente ocupava toda uma página da revista, o modelo de mulher perfeita era construído e apresentado aos(às) leitores(as). Exemplo disso foi a reportagem publicada em maio de 1969, com o título *Beleza e Suavidade* (BELEZA, 1969). No editorial, que conta com duas grandes fotos, uma em cada página e um texto com palavras enaltecedoras de sua feminilidade, uma jovem capixaba é apresentada enquanto “suave e bonita”, “a própria imagem da juventude feita de Verão dourada, de sol e sal, de mar e amor” (BELEZA, 1969, p. 66). Na matéria, a jovem é colocada como as mulheres de seu tempo, “uma visão da vida moderna”, gosta de música, praia, carro

veloz, cinema, piscina, esportes, jornalismo, além de desfiles em que mostra os trajes de última moda que veste. Sua profissão atual ou almejada? Não se fala na reportagem. De qualquer forma, não importa, seu futuro feliz pretensamente está traçado, “como um voo infinito de cosmonautas”.

Na sua política de representação de gênero, a revista produzia a identidade feminina como uma essência, fixa e natural, como se a própria biologia das mulheres as destinasse a cumprir seu papel de afetividade, cuidado, suavidade e recato, em uma dinâmica de naturalização do social. O poder de que estava investido o periódico, como porta-voz dos ideais do governo ditatorial, permitia a construção das normas de inteligibilidade de gênero que não deixavam de fora o consumismo, evidentemente. Acima de tudo, a mulher moderna era consumidora, gostava de carro veloz, de roupas da moda, de revistas, de cinema, de música, enfim, uma série de produtos recém-lançados no mercado capixaba.

Em agosto do mesmo ano, outra reportagem, intitulada *Eliane, um certo olhar doce*, mais uma vez uma mulher branca e bela, conforme o padrão de beleza construído pelos discursos de poder, e pertencente à

alta sociedade vitoriense, é apresentada como o modelo de feminilidade (ELIANE, 1969). De personalidade doce e recatada, a matéria afirma que ela consegue unir o conhecimento profundo adquirido na Faculdade de Ciências Econômicas, à consciência da verdadeira natureza das mulheres, pois em sua opinião “mulher é um abrigo onde o homem vai buscar proteção para algumas das inúmeras e frágeis necessidades humanas” (ELIANE, 1969, p. 54). O editorial explica que os colegas universitários de Eliane a elegeram sua *miss* e, assim como na matéria *Beleza e suavidade*, esta mostra que a jovem exibia suas vestes da moda em desfiles nos salões frequentados pela elite local e consumia os produtos e os lazeres das “mulheres de seu tempo”. Para a matéria, apesar de fazer uma Faculdade e ter conhecimentos científicos, Eliane não deixava de ser mulher, doce, bonita, sempre bem vestida, sabia conciliar estudo e o “bom comportamento” necessário para o futuro matrimônio feliz. A revista apresentava, assim, a *mística feminina* capixaba.

Enquanto um dos veículos de comunicação mais importantes do governo e da elite local, com grande influência das revistas paulistas, cariocas e, principalmente, estadunidenses, o periódico mostra a presença e a força das normatizações de gênero conforme a *mística feminina* na sociedade capixaba da época. As práticas reguladoras das identidades de gênero faziam parte da configuração histórica do Espírito Santo daquele período, de forma que além da mídia, a geografia e as construções, os lazeres e as pessoas que viviam na urbanidade também produziam e fortaleciam os padrões identitários de gênero. O que importa é mostrar, por meio de alguns discursos demonstrativos da linha editorial da revista, como a urbanização e a industrialização do Espírito Santo era acompanhada de uma política de representação de gênero que visava produzir e fortalecer a *mística feminina* diante das mudanças sociais e comportamentais, frutos da modernização econômica.

Dentre tantas outras, a matéria *O doce encanto das gêmeas Cristina*, publicada em novembro de 1969, demonstra mais uma vez, o ideal de identidade fe-



Figura 5 – Matéria *Eliane, um certo olhar doce*. Fonte: Revista Capixaba (ago. 1969)

minina associada à beleza, a juventude, ao recato e à passividade (O DOCE, 1969). Mais do que isso, a reportagem evidencia, assim como todas as outras da revista cujo assunto aborda o universo feminino, um modelo de mulher pautado na branquitude e no poder aquisitivo. O discurso da reportagem fala da personalidade de cada uma das irmãs e o que elas têm em comum, abrangendo suas preferências de vestimentas – gostam de se vestir sempre iguais – seus signos do zodíaco, a escola onde estudam, entre outros elementos que demonstram como deve ser a educação e a personalidade das mulheres da *mística feminina* capixaba. A matéria mostra que, com menos de 15 anos, elas já são conhecidas como “as gêmeas Marsiglia”, sobrenome de uma família da elite vitoriense, e evidenciam o encanto e o “símbolo maior de todos os tempos: a beleza na sua forma natural” (O DOCE, 1969, p. 50).



Figura 6 – Matéria *O doce encanto das gêmeas Cristina*.
Fonte: Revista Capixaba (nov. 1969).

Com isso, cabe incluir um elemento essencial na inteligibilidade do gênero na década de 1960: a etnia. A política de representação identitária deixava bem evidente que a mulher e o homem ideais eram brancos, heterossexuais e com comportamentos condizentes com a sua identidade de gênero. Não há uma matéria sequer nos periódicos analisados, em que a mulher “moderna”, mãe, esposa e dona-de-casa, fosse negra, índia ou mestiça. Tampouco nos periódicos estadunidenses, que serviam de referência para as revistas daqui, apareciam as mulheres negras e indígenas. Uma mulher negra/índia, seria mãe, esposa e dona de casa? Difícil de imaginar, fugia das normas de inteligibilidade de gênero. Afinal, seu papel era servir às famílias burguesas, nos trabalhos de menor qualificação e remuneração e era praticamente impossível para uma mulher negra ou indígena ser es-

posa, mãe e guardiãs do lar, como recomendavam os educadores, psicólogos, médicos e juristas da família e da mulher. A *mística feminina* definitivamente não era para elas, apesar de também estarem inseridas em uma sociedade cuja política representacional enaltece o modelo de inteligibilidade feminino pautado no comportamento das mulheres brancas de classes médias e altas.

Diante de tais reflexões, vale considerar que, no Espírito Santo dos anos de 1960 e princípios de 1970, os discursos de poder dos meios de comunicação e, sobretudo, na Revista Capixaba, mais do que meramente representar as mulheres, construíam imagens de feminilidade e de masculinidade visando criar a identificação dos sujeitos aos ideais de gênero produzidos pela política de representação. Por meio da análise de discurso da revista, consideradas enquanto pertencentes à uma formação discursiva composta pela repetição constante de enunciados, é possível constatar a produção das identidades de gênero inteligíveis, que estabelecem uma relação causal entre o sexo que seria exclusivamente biológico, e o gênero, visto como o comportamento esperado para aquele sexo. As reportagens da revista podem ser vistas enquanto práticas discursivas da política de representação de gênero, na medida em que eram produtoras de modelos performativos e de discursos de “verdade absoluta”. A utilização da ciência e da lógica de naturalização social, formavam um discurso coerente e causal, capaz de omitir seu caráter produtor e ficcional, apresentando-se como uma representação fidedigna da realidade.

Nessa perspectiva, nas inúmeras matérias publicadas na Revista Capixaba, algumas das quais foram aqui analisadas, o modelo de feminilidade é apresentado por meio de imagens de mulheres pertencentes às classes privilegiadas de Vitória, e, acima de tudo, brancas. A *mística feminina* capixaba, da mesma forma que a *mística* estadunidense, era branca, heterossexual e jovem. Imbuído dessa política de representação, o discurso de poder utilizado pela revista procurava promover a incorporação dos

sujeitos sociais às identidades de gênero inteligíveis. Na sociedade moderna que se estabelecia em Vitória, urbana e industrializada, era essencial que as mulheres, e os homens de maneira relacional, se enquadrassem nos modelos representacionais construídos pelos discursos de poder. Afinal, a formação social brasileira e vitorienense se inseria na dinâmica de consumo estadunidense e nos ideais de “progresso” econômico e moral da ditadura civil-militar que governava o país. Tal inserção não seria possível se as classes médias e altas não incorporassem, na medida do possível, os padrões identitários da política representacional de gênero, tão evidentes na Revista Capixaba.

Referências

Fontes do Arquivo do Espírito Santo

- BELEZA e suavidade. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 27, p. 65-66, mai. 1969.
CASAR é bom negócio. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 28, p. 41-42, jun. 1969.
COMO educar uma filha? *Revista Capixaba*, Vitória, n. 13, p. 43-45, mar. 1968.
ELIANE, um certo olhar doce. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 30, p. 53-54, ago. 1969.
MULHER=homem: misoginia é o resultado. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 12, p. 36-37, fev. 1968.
NOSSA mulher em 67. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 2, p. 63-67, abr. 1967.
O DOCE encanto das gêmeas Cristina. *Revista Capixaba*, Vitória, n. 33, p. 49-50, nov. 1969.

Fonte legislativa

- BRASIL. Lei nº 5.536, de 21 de novembro de 1968. Dispõe sobre a censura de obras teatrais e cinematográficas, cria o Conselho Superior de Censura, e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, 21 nov. 1968.

Bibliografia

- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 2 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.
BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismos e subversão da identidade*. 11 ed. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2016.
CAMPOS JÚNIOR, Carlos Teixeira. *História da construção e das transformações da cidade*. Vitória: Cultural-ES, 2005.
CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. *American way of life: consumo e estilo de vida no cinema dos anos 1950*. São Paulo: Intermeios, 2018.

DUARTE, Ana Rita Fonteles. Gênero e comportamento a serviço da Ditadura Militar: uma leitura dos escritos da Escola Superior de Guerra. *Diálogos* (Maringá. Online), v. 18, n.1, p. 75-92, jan.-abr./2014. Disponível em: <file:///Users/MMM/Downloads/35946-160629-1-SM.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2018.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 15 ed. São Paulo: Loyola, 2007.

FRANÇA, Ceciana; et. al. O Espírito Santo em revista. In: MARTINUZZO, José Antônio (Org.). *Impressões capixabas: 165 anos de jornalismo no Espírito Santo*. Vitória: Departamento de Imprensa Oficial do Espírito Santo, 2005. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/ea000207.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2018.

FRIEDAN, Betty. *Mística feminina*. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 1971.

LASCH, Christopher. *A mulher e a vida cotidiana: amor, casamento e feminismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

LUCA, Tania Regina. *Imprensa feminina: mulher em revista*. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 447-468.

NADER, Maria Beatriz. *Mulher: do destino biológico ao destino social*. 2ª ed. Vitória: EDUFES, 2001.

PEDRO, Joana Maria. O feminismo de “segunda onda”: corpo, prazer e trabalho. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 238-259.