



PERCEPÇÕES FEMININAS NA REVISTA *PANORAMA* (1950)¹

PEGORARO, Éverly (Orientadora)²

SANTOS, Jasmine Aparecida Horst dos (Graduanda)³

Unicentro/PR

Resumo: Ao longo do tempo, a maneira como a mulher é vista na sociedade foi se modificando. Através de uma análise midiática é possível perceber a representação feminina nos meios de comunicação, quais os papéis que eram destinados a ela. A revista *Panorama*, uma das mais antigas do país, teve diferentes linhas editoriais ao longo de sua história, e uma análise das publicações que tratavam da mulher, durante toda a década de 1950, possibilitam entender os papéis que eram destinados a mulher na referida década, buscando compreender quais eram as percepções acerca do mundo feminino, que lugar e funções ela tinha no espaço social paranaense. A década de 1950 foi escolhida por ser uma época de importantes mudanças sociais que ocorreram no pós-guerra. Parte-se de um estudo interdisciplinar entre Comunicação e História e da compreensão da referida revista como lugar de memória contemporânea, para compreender as estratégias discursivas e as construções de significações acerca da mulher nesse período.

Palavras-chave: Mídia impressa, Mulher; Memória; Discurso Jornalístico; Revista Panorama.

Corpo do texto

As estratégias percebidas no discurso jornalístico das revistas, longe de ser um espaço de descrição histórica, apontam diferentes percepções acerca do mundo feminino, suas fragilidades, anseios e lutas por reconhecimento. O discurso jornalístico é persuasivo, aliando ações de poder disciplinador, educativo, inibidor de práticas, potencializador de novas posturas.

Através da análise de jornais e revistas, é possível observar traços fortes de valores, percepções e ideias em determinada época sobre diferentes assuntos, ficando claro, dessa forma, a relação entre mídia e construção de memória. A imprensa serve

1 Trabalho apresentado no GT de História da mídia impressa integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

2 Professora do Departamento de Comunicação da Unicentro. Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em História Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Integrante do Projeto de Pesquisa “Imprensa feminina e memória: A pedagogia do gênero no jornalismo paranaense. (2012-2014)”, financiado pelo Cnpq.

3 Acadêmica do curso de Jornalismo, bolsista de Iniciação Científica pela Fundação Araucária/Unicentro (PAIC) (2013/2014). Integrante do Projeto de Pesquisa “Imprensa feminina e memória: A pedagogia do gênero no jornalismo paranaense. (2012-2014)”, financiado pelo Cnpq.



como base de pesquisa de variados assuntos, devido às suas articulações sociais, econômicas e culturais, que estão implícitas em sua estrutura (Buitoni, 1990). Com as constantes mudanças no cenário social são historicamente refletidas pela mídia, através da análise de produtos da imprensa segmentada – no caso aqui apresentado, as revistas – é possível explorar e perceber o cenário socioeconômico em que as pessoas estavam inseridas e, neste caso, mais especificamente, as mulheres.

Para Marialva Barbosa (2007), a mídia opera como uma espécie de memória escrita de uma determinada época, retendo aquilo que considera culturalmente como excepcional. Entretanto, isso não quer dizer que os discursos registrados nas páginas de jornais e revistas são a descrição da realidade. Significa dizer que o discurso midiático semantiza os acontecimentos e os fatos sociais, produzindo um saber que ordena sentido, que organiza modos de leitura influenciados pela percepção do presente. Nesse processo, se entrelaçam vozes e saberes que, constantemente, estão em luta por legitimação no campo social.

Ao se constituir como documento, podemos pensar os meios de comunicação como um dos mecanismos contemporâneos de transformação do ausente no presente e, portanto, como lugar da memória contemporânea. Por outro lado, ao possuir o estatuto de texto, transforma-se em uma espécie de documento de época, regido pela convenção de veracidade necessária aos documentos – monumentos de memória. (BARBOSA, 2007, p. 51)

Douglas Kellner (1998) argumenta que a cultura da mídia incentiva os indivíduos, a adotarem determinados padrões de conduta e modos de pensamento. Para ele, a cultura da mídia invade o cotidiano individual, domina o tempo de entretenimento e molda comportamentos sociais com seus sons, imagens e espetáculos. E, com isso, fornece os subsídios para a formação de identidades.

Numa cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebida de pedagogia cultural: contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não. (KELLNER, 2001, p. 10)



A década de 1950, época de desenvolvimento econômico e social para o Brasil, também refletiu no segmento jornalístico de revistas, especialmente pensado para o público feminino. Thomaz Souto Corrêa (2008) afirma que as revistas femininas lançadas a partir de 1950 tinham como temas principais, moda beleza, culinária, trabalhos manuais e um pouco de matérias de interesse geral. Neste momento, a imprensa brasileira não falava muito sobre o movimento feminista. Apenas algumas revistas nacionais, como era o caso de *Cláudia*, começavam a discutir a temática.

O discurso jornalístico estampado nas revistas daquele período produzia sentido a respeito de determinados modelos de mulher. Dá para se falar na criação de uma espécie de disciplina corporal feminina, já que o convencimento passava pela argumentação de que, para ser aceita ou se enquadrar nos parâmetros sociais e morais vigentes, era necessário comprar, consumir, se comportar ou ser da forma apresentada pelos diversos meios de comunicação vigentes. Ela estava em constante observação e pressão para ser aceita, seja no seio familiar, seja em âmbito social.

Segundo Dulcília Buitoni (1990, p.17), a revista funcionou como uma espécie de feminização da imprensa. "Lazer e um certo luxo foram-se associando a ideia de revista no século XX. E a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência". No caso da revista paranaense *Panorama*, mesmo não sendo um periódico especificamente para o público feminino, muitos aspectos típicos das publicações destinadas às mulheres foram incorporadas às seções que visavam atingi-las.

Portanto, a partir da análise da imprensa, é possível perceber discursos que possibilitam variados entendimentos acerca do que era ser mulher. Do cenário de início da imprensa socialmente instituída até a configuração da imprensa "moderna" da década de 1950, muita coisa mudou. Segundo Michele Perrot (2008, p.33), as primeiras publicações especializadas femininas eram escritas por homens, pois o jornalismo era tido como uma profissão masculina, cenário que começou a mudar com as revoluções sociais que questionaram o porquê da exclusão feminina.

As publicações que outrora eram destinadas unicamente aos homens, a quem era resguardado o papel de "pensar", começam a ceder espaços, ainda que limitados, à figura feminina, tanto em suas páginas quanto atrás das máquinas de escrever. Com as



mudanças no cenário econômico e cultural, a mulher foi ganhando seu espaço lenta e gradativamente, sem sombra de dúvidas, o que deixava claro que seu papel tradicional na instituição familiar ainda estava engessado. As fissuras começavam a surgir a partir dos discursos de igualdade entre os sexos (BUITONI, 1990).

As décadas de 1950 e 1960 foram marcadas pelo crescimento econômico do pós-guerra, pela industrialização crescente e pelas mudanças nos discursos políticos que prevaleceram até então. Surgiam movimentos liberais, inclusive uma nova tendência de emancipação feminina, principalmente na Europa e nos EUA. Entretanto, estes movimentos não foram totalmente incorporados no Brasil. O papel da mulher na sociedade ainda resumia-se, basicamente, em ser boa esposa, boa mãe e boa dona de casa. A criação que recebia já visava preparar a menina para desempenhar bem suas funções no futuro, ser uma espécie de auxiliar do marido, a quem ficava destinado o papel de trabalhar e sustentar o lar:

Ser mãe, esposa e dona de casa era considerado o destino natural das mulheres. Assim, desde criança, a menina deveria ser educada para ser boa mãe e dona de casa exemplar. As prendas domésticas eram consideradas imprescindíveis no currículo de qualquer moça que desejasse se casar. E o casamento, porta de entrada para a realização feminina, era tido como "o objetivo" de vida de todas as jovens solteiras. (BASSANEZI, 2000, p. 610)

Lúcia Ferreira (2007) argumenta que os anos que se seguiram ao pós-guerra foram influenciados pelo capitalismo, que promoveu um rearranjo nos papéis sociais, permitindo que a mulher urbana que fosse instruída pudesse integrar o sistema produtivo capitalista. Porém, como dito acima, isso aconteceu de maneira lenta, e o papel feminino na sociedade custou a mudar.

Gilles Lipovetsky (2000) evidencia como um dos momentos marcantes na trajetória histórica feminina o início da Era Moderna, que sacraliza os papéis de esposa, mãe e educadora, predominantes ainda na década de 1950. Embora a participação feminina no mercado de trabalho crescesse, o único trabalho valorizado era aquele feito fora de casa, e pelo homem. Trabalhos domésticos e criação dos filhos ficavam a cargo da mulher e eram vistos como obrigação. A aspiração das jovens naquela época resumia-se em arranjar um bom casamento, para tanto, elas deveriam ser vistas como "moças de família", de tal maneira que deveriam ter uma postura tida como correta,



comportando-se de acordo com os princípios morais ditados pela sociedade (BASSANEZI, 2000).

As moças paranaenses nas páginas de *Panorama*

Na década de 1950, Curitiba era considerada uma cidade moderna e industrial (BOSCHILIA, 2010, p.33), mas o cotidiano ainda se parecia muito com o de cidades menores, seja pela religiosidade bastante presente, ou pela moral imposta a elas. A rua era um espaço liberado ao homem. Às mulheres eram impostas limitações quanto a horários, como também de acesso a determinados lugares.

As confeitarias, principalmente aquelas que vendiam bebidas alcoólicas eram um exemplo típico de espaço proibido às mulheres [...] o acesso das mulheres a estes locais só era permitido se ela estivesse acompanhada por um homem. (BOSCHILIA, 2010 p.39)

Casamento era o principal anseio que rondava as moças de então. Para “arranjar um bom partido”, o sonhado príncipe encantado, a forma de se posicionar socialmente era fundamental. Para se inteirar dos “truques” dessa árdua missão, nada mais confortável do que aprendê-los através das páginas de uma respeitável revista na sociedade curitibana, como era o caso de *Panorama*.

A verdadeira dona de casa é aquela que é capaz de fazer brotar poesia onde quer que ponha a sua mão. Nas menores coisas ela encontra a beleza: no pentear uma criança, no preparar uma refeição, no arranjar uma cortina e no arrumar um armário. (OLIVEIRA, 1952, p.230).

Se há poesia numa cozinha, também há poesia num tanque de roupa, onde encontramos bolhas de sabão a voarem e desaparecerem no espaço. Há encanto em ver como a roupa brilha e perdura, quando há amor e cuidado no seu lavar e passar. (OLIVEIRA, 1952, p.230).

A mesma reportagem acima, “A arte de ser uma boa dona de casa”, insinua, em tom poético, a função de protetora do lar delegada à mulher, apontando o quão



recompensador é o trabalho de uma dona de casa e o quanto ele contribui para a ordem familiar.

Esta é a arte de ser uma boa dona de casa, de fazer de um pouco uma casa e desta casa um lar feliz. (OLIVEIRA, 1952, p.231)

A revista *Panorama* surgiu na cidade de Londrina, norte do Paraná, em junho de 1951. No começo, seu principal objetivo era dar destaque para acontecimentos londrinenses diversos. Sua descrição era de uma “revista mensal de acontecimentos gerais”. Em 1954, o periódico mudou para Curitiba e seu foco passou a ser os acontecimentos da sociedade curitibana.

Agora, com sede em Curitiba, a revista teria seu público ampliado. A área comercial passaria por uma reformulação e a venda por assinatura cresceria barbaramente. Dos dois mil exemplares editados em 1951, saltaria para 5 mil em 1954; 10 mil em 1956; 25 mil em 1958; 37 mil em 1957; atingindo seu ápice em 1960 com uma tiragem de 40 mil exemplares, tornando-se um marco no jornalismo. (ALVES, 2009, p.24).

A revista possuía seções fixas e outras que apareciam somente em algumas edições. Com as mudanças que ocorriam no mundo todo, e que começavam a diminuir as distâncias sociais entre homens e mulheres, muitas dessas seções passaram a ser destinadas ao público feminino. Contudo, em geral, ainda tratavam de assuntos relacionados a como cuidar do lar, dicas de moda e de estética, além de dar destaque a moças da sociedade curitibana e a eventos da cidade.

O formato de *Panorama* em muito se assemelhava ao da revista *O Cruzeiro*, periódico que surgiu em 1928 e que destacava eventos e notícias relacionados à sociedade carioca. Segundo Leoni Serpa (2003, p.69), “[...] a realidade das mulheres representadas por *O Cruzeiro* referia-se às classes sociais elevadas, completamente diferente da popular”. Um ponto destacável em *O Cruzeiro* refere-se às capas, que sempre traziam mulheres em close, característica que se tornou padrão para a revista.

Para as mulheres divulgadas pela revista, as capas eram as vitrines. A cada edição, lindos rostos, maquiados segundo os padrões da época, enchiam as páginas em



ilustrações e fotos, acompanhadas de relatos pitorescos sobre sua intimidade, mesmo que não fossem estrelas do rádio ou do cinema. Bastava marcar presença em eventos sociais, como bailes e salões de festas e em atividades esportivas ou beneficentes, para alcançar algum espaço de renome e glória. (SERPA, 2003, p.20)

A *Panorama* seguia a mesma receita, geralmente, trazendo mulheres (celebridades ou da elite paranaense) na capa. A sociedade curitibana também ganhava destaque em grande parte de suas páginas, com a cobertura de eventos sociais que movimentavam a cidade e destacavam personalidades.

Assim como em *O Cruzeiro*, os famosos concursos de beleza e a escolha das *misses* de 1950 ganhavam destaque. Em muitas edições da década, as “beldades” do momento ganhavam destaque de capa, além de extensas reportagens com muitas fotos e o perfil da vencedora.

De acordo com as construções jornalísticas da revista, os concursos revelavam-se verdadeiros campos de batalha. As *misses* tornavam-se padrão de beleza, de comportamento e de opiniões. A importância que a *Panorama* aponta para o Concurso de Miss Brasil em 1959 é tão grande que chega a falar sobre uma tensão pré-concurso comparada à tensão provocada pela Guerra Fria.

O concurso “Miss Brasil”, assemelha-se em muitos aspectos, “a guerra fria, com todas as tensões psicológicas e consequências físicas. As “misses” passam por um enervante processo de preparação, nas mãos de cabeleireiros, costureiras, maquiladores, “experts” em desfiles e outros consultores”. (KALKBRENNER, 1959, p.4).

Podemos observar que o espaço curitibano estava bastante dividido em locais que permitiam a presença feminina e outros em que presença dela só era “moralmente aceita” se acompanhada dos pais ou do marido. De qualquer forma, uma “moça da sociedade” nunca deveria se apresentar sozinha em público para não gerar comentários maldosos.

As mulheres, com exceção daquelas que utilizavam a própria rua como espaço de trabalho, sofriam limitações não só de horário, mas também de acesso a determinados locais. As confeitarias, principalmente aquelas que também vendiam



bebidas alcoólicas, eram um exemplo típico de espaço proibido às mulheres. (BOSCHILIA, 2010, p.38).

A *Panorama* aponta vestígios dessas regras sociais voltadas ao mundo feminino na reportagem “Os 10 mandamentos da esposa” para manter a ordem do lar. Entre os conselhos, a sugestão de que ela abra mão de seus desejos em prol da felicidade do marido.

Lembra-te de que não casaste com um anjo, mas com um homem; não te surpreendas ao encontrares nêle muitas imperfeições e defeitos; Não o aborreças com incessantes pedidos de dinheiro; vive de modo a não precisares gastar mais do que êle mensalmente te dá; Mostra-te sempre atenciosa para com êle; recorda-te de quando era teu noivo e o consideravas como um ser superior; não o desprezes agora. (UM JORNAL...,1955, p.27).

Outra seção que aprofundava o perfil das moças da sociedade curitibana é chamada *Moça do Mês*, com curiosidades sobre as jovens em aspectos relacionados à educação, diversão, beleza e suas preferências quanto ao “príncipe encantado”. Exemplos desses perfis não faltam, pois a seção estava presente em praticamente todas as edições da revista na década de 1950, apontando que as receitas normativas agradavam ao público leitor.

As perguntas que circulavam nesta seção geralmente englobavam assuntos como preferências pessoais, escola em que estudava, esportes que praticava, amizades que cultivava e, claro, sobre o marido perfeito. Através das respostas das moças, é possível perceber que elas faziam parte da elite curitibana, seja pelos clubes e pela escola que frequentavam, seja pelo sobrenome pomposo.

Normalmente, as moças escolhidas para essa seção seguiam um mesmo modelo, de maneira que não se encontrava um perfil de alguém que fugisse desse padrão de moça de boa família.

Insistindo ainda no tópico de elegância, Heloísa acha que a mulher tem obrigação de se apresentar sempre bem trajada de acôrdo com a hora e o local”. (A GRACIOSA FILHA..., 1959, p.26).



O príncipe encantado tem que ter grande personalidade, caráter e cultura. (UMA GRACIOSA MINEIRA..., 1958, p. 17).

A uma nova pergunta, foi a Srta Esther Tourinho, quem nos disse:

- Thais gosta muito de fazer doces. É a doceira da casa, atualmente. (TENDO NASCIDO NA CASA..., 1959, p.14).

As mais elegantes de Curitiba também ganhavam espaço na *Panorama*, através da coluna *As 10 senhoritas mais elegantes*. Na lista eleita pela revista, personalidades curitubanas que se destacavam socialmente pela postura e pelo vestuário, principalmente. No mesmo estilo, aquelas que não recebiam o título de elegância delegado pela revista podiam ganhar espaço na *Resenha Social*, que trazia um resumo sobre os acontecimentos sociais do mês na capital paranaense, como festas de debutantes, casamentos e concursos de beleza.

Segundo Buitoni (1990, p.22), existem temas que, de certa forma, são de maior interesse das mulheres e que, assim, estão presentes em grande parte das revistas destinadas ao público feminino, tais como os assuntos relacionados ao coração das moçoilas em idade de casar ou com problemas sentimentais. Muitas vezes, numa família conservadora e tradicional, havia pouco espaço para o diálogo entre mães e filhas. Dessa forma, o espaço aberto nas revistas para perguntas tomava a forma de um conselheiro amoroso, sem que houvesse a necessidade de identificação por parte das mulheres com dúvidas.

Em *Panorama*, uma das seções exemplifica perfeitamente a ideia proposta pela autora acima mencionada. A seção *Correio do Coração* era destinada a responder perguntas enviadas por leitoras com dúvidas sentimentais. Através dela, é possível perceber várias inquietações, anseios, valores e percepções acerca do mundo feminino nesse período.

LILA...Casei-me por imposição de meus pais, mas...

- Infelizmente agora já é tarde... Ninguém pode desfazer uma união que foi abençoada por Deus... (LÚCIA, 1959, p.49)

...adoro crianças, mas tenho muito medo da maternidade...

Minha amiga, a maternidade é a auréola de luz que coroa a mulher junto com o



Sacramento do matrimônio recebemos a sublime missão de “ser mãe”. A coragem e a força para suportar as dores da maternidade, virão para você, como vêm para todas as mulheres. (LÚCIA, 1959, p.68).

As constantes mudanças no cenário social também são refletidas no discurso jornalístico. Entende-se que, através da análise da revista *Panorama*, é possível perceber as nuances dos lugares sociais e possíveis identidades construídas (HALL, 2005) pela e para a mulher no contexto paranaense. Embora uma grande parte da revista fosse restrita a assuntos do universo masculino, através de reportagens de maior ou menor importância transparece a posição do periódico em relação à figura feminina.

Andreas Huyssen apresenta um argumento interessante sobre as relações da cultura de massa e o universo feminino surgidas no século XIX e que prevaleceram até meados do século XX. O autor explica que a leitora desse período é “construída” como uma pessoa subjetiva, emocional, passional, transformando-se, então, numa “mulher consumidora de literatura massificada” (HUYSSSEN, 1996, p. 43). Com esse perfil estigmatizado, nada mais consequente do que criar nessas revistas seções que refletissem aquilo que se esperava delas.

Brechas e fissuras de um discurso padronizador

Por muito tempo, a palavra gênero foi utilizada para designar traços sexuais, definindo os gêneros existentes como macho e fêmea. Contudo, segundo Joan Scott (1989, p. 2), as feministas começaram a utilizar-se da palavra para se referir à organização social da relação entre os sexos, trazendo o termo para uma discussão mais social do que física. Quando a palavra "gênero" é utilizada como substituto de "mulheres", isso implica, segundo a autora, que informações sobre mulheres também sejam, consequentemente informações sobre os homens. Através do estudo e análise do gênero feminino, pode-se chegar a uma definição de como eram, como viviam e quais eram os hábitos de mulheres e homens de determinada época, traçando também, um perfil a respeito da figura do gênero masculino na sociedade.



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"

O uso do termo gênero destaca que tanto mulheres quanto os homens são produtos do meio social e, desta forma, suas condições de vida são variáveis e históricas. Logo, foi largo o passo produzido nas análises sociais sobre o tema, pois chama a atenção para o fato de que parte da humanidade estava na invisibilidade. (SANTOS, 2012, p.5)

A *Panorama* nos possibilita seguir algumas pistas no delineamento do homem dessa época, sobretudo no espaço social paranaense. Na reportagem “Por que alguns homens são infiéis?”, por exemplo, a temática principal é avaliar o que leva um homem a trair a esposa e, ao mesmo tempo, dar dicas do que a mulher deve fazer para não “irritar” o marido. Os conselhos e argumentos da reportagem revelam uma postura dominadora e de superioridade do homem, uma vez que a mulher é aconselhada, muitas vezes, a abrir mão de suas vontades para satisfazer as vontades do cônjuge. Em outras palavras, a culpa pelos problemas conjugais recaía sobre ela. É interessante observar que a revista recorre ao argumento de “especialistas” para reiterar a postura adotada pelo próprio periódico sobre o assunto.

Vários estudiosos no assunto, tais como psicólogos, conselheiros matrimoniais, etc., são de opinião de que a mulher é a principal responsável pelo fracasso do casamento.

Você não pode competir com as mulheres muito mais jovens que você. Mas, cada idade da mulher tem seus pontos de atração, e estes devem ser desenvolvidos.

A esposa que faz o seu “serviço secreto”, controlando o marido quando ele fica na cidade ou trabalhando ou vai a uma reunião da diretoria, não pode ser FELIZ. (NÃO HÁ NADA DE NOVO..., 1956, p.84).

Na revista *Panorama*, é possível ainda analisar percepções, muitas vezes paradoxais, entre uma mulher cujas expectativas circulavam através dos papéis tradicionais e conservadores da sociedade curitibana, e de mulheres que, mesmo de maneiras limitadas e com pequenas ações, começavam a romper essas limitações. De fato, a partir do momento em que a mulher começa a despontar na sociedade ocupando papéis diferentes daqueles costumeiros, é que se percebe que, até então, elas estavam na invisibilidade. Algumas reportagens de *Panorama* apresentavam moças com perfis diferentes daqueles considerados “usuais” para os parâmetros da época, como mulheres trabalhando ou despontando no cenário político.



Na edição de novembro de 1959, um texto chama atenção por trazer um perfil feminino diferente dos usuais apresentados. A reportagem trata da primeira mulher a conquistar uma vaga na Câmara de Vereadores de Curitiba, com um pequeno perfil sobre a eleita, Maria Clara Brandão Tesseroli. O texto discorre sobre os motivos que a levaram a escolher a política e sobre os seus possíveis projetos como vereadora.

O marido de Dna. Maria Clara, o funcionário federal Javer Tesseroli, não aprovou, a princípio, as ambições políticas da esposa. “Mas foi uma resistência pacífica”-informa a vereadora. Logo o Sr Tesseroli desfez a carranca e se não foi um cabo eleitoral dos mais entusiasmáticos, pelo menos depositou o seu voto, disciplinadamente, na sua cara-metade. (Mulher, em Curitiba... 1959, p.64).

Embora o foco da entrevista seja a mulher adentrando em um ambiente ainda hostil à figura feminina, percebe-se que a sombra do marido paira nas entrelinhas da reportagem, ao registrar que, a princípio, ele não “aprovou” as aspirações da esposa.

Outra reportagem de setembro de 1959 traz um perfil de uma jovem milionária, Regina Vitorelli que, apesar de rica, prefere destinar seu tempo ao trabalho, ao invés de apenas se divertir. Por um lado, uma *socialite* que se interessava pelas causas sociais (não cabe aos limites dessa pesquisa julgar os motivos dela); por outro, uma mulher que fugia dos tradicionais papéis de “rainha do lar”. As contradições e as reações adversas surgem por parte do próprio repórter. Diz o texto que as perguntas feitas à entrevistada deveriam ser mais “sérias” do que as feitas às moças “comuns”, pois o perfil de Regina Vitorelli era considerado muito diferente para a época, ou seja, mais centrada, mais responsável, com aspirações diferentes das moças levianas de sua idade.

Quando entrevistamos Regina, vimos logo que não poderíamos fazer a ela as mesmas perguntas de colete, preparadas para moças na sua idade. O assunto precisava ser sério, e assim foi feito. (CALMON, 1959,p.10)

Percebe-se que ao “tratar de assuntos sérios”, a revista está se referindo, principalmente, a assuntos de ordem econômica, política, além de assuntos literários, e que geravam polêmica, como pena de morte e divórcio.



“É a favor da pena de morte?”

“Sou contra. Não há nada que justifique tirar a vida de outros. Sanar um problema com outro.” (CALMON, 1959, P.11).

“Que acha do divórcio?”

“Sou a favor. Entre o desquite e o divórcio, prefiro o divórcio”. (CALMON, 1959, p.12).

Na década de 1950, o trabalho feminino começava a se difundir, mas ainda não era encarado com muita naturalidade por grande parte da sociedade. Pelo contrário, muitas vezes, a mulher foi acusada de ser indiretamente responsável por problemas relacionados à delinquência, mortalidade infantil e desintegração familiar (BOSCHILIA, 2010). O argumento era claro: ela era a responsável por manter a ordem familiar, zelando para que o marido estivesse sempre apresentável e que a educação dos filhos seguisse a moral e os bons costumes. Se ela estava trabalhando fora de casa, conseqüentemente, as repercussões de uma possível desestrutura familiar seriam culpa dela.

Considerações Finais

Entendendo a mídia como lugar de memória contemporânea (BARBOSA, 2007; RIBEIRO, 2005), podemos notar, através da análise de matérias veiculadas nas páginas da revista *Panorama*, na década de 1950, o espaço que a mulher ocupava na sociedade paranaense. Apesar de o contexto sócio-cultural estar mudando nessa década, devido à industrialização que se seguiu ao pós-guerra, é possível perceber que esses novos discursos ainda dividiam espaço com os antigos. As mulheres tinham como principais obrigações casar e cuidar da família, vivendo à sombra do marido, a quem era destinada a função de trabalhar e sustentar a casa.

Ana Paula Goulart Ribeiro (2005) propõe entendermos os meios de comunicação como *locus* principal em que dá as representações sociais contemporâneas. Ela acredita que a mídia é o principal lugar de memória da sociedade. Se seguirmos a proposta da autora, podemos compreender que a mídia torna-se o espaço privilegiado para analisar as lutas por visibilidade e por posições sociais, já que se trata de um lugar onde circulam



os mais diversos discursos, os quais são responsáveis pela constituição de percepções que se consolidam ao longo do tempo, constituindo, dessa forma, uma memória a respeito desses assuntos.

Os espaços destinados à mulher nas páginas da *Panorama* deixavam transparecer o papel da mulher na sociedade. Seções como Correio do Coração, Resenha Social, Moça do Mês, entre outras, deixam claro qual era a postura que se esperava das mulheres e quais lugares lhes eram destinados em âmbito social no espaço paranaense. Em alguns momentos, podemos observar que existiam pequenas “brechas” no discurso moralizador, tradicional e normatizador de posturas identitárias, mas que, no entanto, a sociedade ainda prezava por manter uma postura ideal para a mulher.

Finalmente, pretendemos, com esta análise da revista *Panorama*, contribuir para o estudo da História da Imprensa no Paraná, apontando as relações entre os discursos que circulam num espaço jornalístico, as vozes que respondem a eles e as subjetividades que se constroem acerca deles.

Referências

- A GRACIOSA filha. Moça do mês, revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p.25
- BARBOSA, Marialva. *Percursos do olhar*. Niterói: EdUFF, 2007.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary. *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- BUITONI, Dulcília. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1990. 96 p.
- CALMON, Jônatas. Milionária é do trabalho. Revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p.10
- CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: MARTINS, Ana Luiza, DE LUCA, Tania Regina. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- FERREIRA, Lucia M. A. Uma memória da normatização da conduta feminina na imprensa. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia M. A. *Mídia e Memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Editora DP&A, 2005.
- HUYSSSEN, Andreas. *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.
- KALKBRENNER, José. Shirley foi, viu e voltou. Revista *Panorama*. Curitiba, 1959,



p.4

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.

LÚCIA, Vera. Revista *Panorama*. Correio do Coração, Curitiba, 1959, p.49

MULHER, EM CURITIBA. Revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p.64

NÃO HÁ nada de novo, Revista *Panorama*, Curitiba, 1956, p.84.

OLIVEIRA, Odete. A arte de ser uma boa dona de casa. Revista *Panorama*. *Panorama Feminino*, Curitiba, 1952, p.230.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2008. 190 p.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Mídia, Memória & Celebridades*. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

SANTOS, Juliana Anacleto dos. *Gênero na teoria social: Papéis, interações e instituições*, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012.

SERPA, Leoni. *A máscara da modernidade: a mulher na revista O Cruzeiro (1928-1945)*. Passo Fundo, RS: UPF, 2003.

SCOTT, Joan Wallach. "Gênero: Uma categoria Útil de Análise Histórica". *Educação & Realidade*. Porto Alegre, vol. 20, n° 2, julho / dez. 1995, PP 71-99.

TENDO nascido na casa. Moça do mês, revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p. 14.

UMA GRACIOSA MINEIRA. Moça do mês, Revista *Panorama*, Curitiba, 1959, p. 17.