

## ***Imprensa e assuntos de mulher: revisitando as décadas de 1960 e 1970***

The press and the female subjects:  
returning to the 60s and the 70s

*Ilane Ferreira Cavalcante<sup>1</sup>*  
*Maria da Conceição Flores<sup>2</sup>*

**RESUMO:** Este artigo se debruça sobre a representação de mulheres na revista *Cláudia* nas décadas de 1960 e 1970, período em que a imprensa feminina se desenvolve bastante. Esta revista, direcionada, sobretudo, para a mulher casada, da classe média, propunha-se a orientar as donas de casa que queriam adaptar-se à vida moderna. O objetivo deste artigo é analisar os modos como a revista contribuiu para a modernização da mulher. Para tal, foram analisados alguns números da revista, tendo-se focalizado, prioritariamente, algumas crônicas da psicóloga Carmen da Silva, que, a partir de 1963 teve um papel importante na formação das leitoras da revista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Revista *Cláudia*. Mulheres. Décadas de 1960 e 1970.

**ABSTRACT:** This essay focus on the representation of women in *Claudia* magazine during the 60's and 70's of the twentieth century, a period when the women press developed a lot in Brazil. *Claudia* magazine public was the married, middle class women and it intended to guide housewives to adapt to modern life. The main objective of this work is to observe how the magazine helped (or not) in this adaptation. To achieve this, it analyzes a few numbers of the magazine, turning its eyes to the chronicles of Carmen da Silva, who started to collaborate to *Claudia* in 1963 and had an important role in forming the magazine's readers.

**KEYWORDS:** *Claudia* magazine. Women. 60's and 70's.

Nas mulheres que escrevem hoje vivem as mães e avós que esconderam diários, vive também a experiência do livre exprimir-se, assim como vive a ambiguidade face ao que se está sendo.

Rosiska Darcy de Oliveira (1993)

### **Primeiras palavras<sup>1</sup>**

A pesquisadora Rosiska Darcy de Oliveira, cuja epígrafe abre este artigo, ressalta a importância de que nós mulheres nos voltemos para o passado e compreendamos como nós, que vivemos hoje, nos amparamos nas que vieram antes. Nesse sentido, analisar os periódicos voltados para o público feminino no passado, é compreender também quem somos hoje. Este artigo se debruça sobre a representação de mulheres na revista *Cláudia* nas décadas de 1960

<sup>1</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN). ilane.cavalcanti@ifrn.edu.br.

<sup>2</sup> Universidade Potiguar (UnP). conflores.natal@gmail.com

e 1970, período em que imprensa feminina se desenvolve bastante. Consideramos com Buitoni (2009, p. 21) que mulheres e imprensa feminina formam um par subalterno, são:

Segundo sexo. Segunda imprensa. Secundário, secundária. Sempre um segundo lugar: subalterno, dependente, complementar. Ou supérfluo. Admitamos que assim seja. No entanto, das folhas artesanais ao produto industrial, a imprensa feminina tem potencialidade para atingir metade do gênero humano. E para influir em toda a vida social. No Brasil, milhões de mulheres – e milhares de homens, leem as páginas, suplementos e revistas dessa imprensa, que transmite ideias, modas, costumes. Visões de mundo que modificarão até mesmo os não leitores.

Este artigo é parte de uma pesquisa documental que se debruçou sobre a revista Cláudia a partir do acervo da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo. Ao longo de uma semana, consultamos o acervo de obras raras da biblioteca da ECA, onde buscamos identificar as diferentes representações femininas e onde nos chamou a atenção as crônicas da jornalista Carmen da Silva. Para compreendermos um pouco mais sobre a realidade da mulher nesse período e sobre as revistas consultadas, no entanto, fez-se necessário compreender, à luz dos estudos de gênero, a natureza da imprensa feminina.

A revista feminina é uma das formas que a mulher encontrou para projetar a sua presença no espaço público. Esse tipo de periódico, fundamentalmente voltado para o que se considerava serem “assuntos de mulher”, continha dicas de etiqueta, economia doméstica, prendas, higiene e beleza, além de um pouco de cultura, para que a mulher pudesse brilhar nas ocasiões sociais, com o famoso “verniz literário”.

Caracterizadas por uma linha diversional, um jornalismo de serviço, muito mais voltado para os temas tradicionais, ligados ao “eterno feminino”, grande parte das matérias publicadas nessas revistas é chamada, no jargão jornalístico, de “frias”: matérias que não têm uma data exata para a sua publicação, que tanto podem aparecer hoje como daqui a duas semanas, ou serem retomadas, com leves alterações, na estação seguinte.

De acordo com a historiadora francesa Evelyne Sullerot (1963 *apud* BUITONI, 2009), debruçar-se sobre a imprensa feminina é abrir espaço para a pequena história, ou seja, a história das pequenas coisas, do cotidiano, das relações pessoais e sociais. Essa opção enfatiza

o compromisso das pesquisadoras com a história das mulheres, a qual vem sendo escrita a partir de diversos enfoques e variada documentação.

A imprensa feminina apresenta um viés ideológico, no sentido de que mantém as estruturas que tradicionalmente condicionam os papéis femininos na sociedade.

A imprensa feminina é duplamente mítica. Primeiro, porque apresenta diversos conteúdos, senão todos, de forma mítica. Segundo, porque o conteúdo que a identifica mais de perto com seu público - isto é, a representação subjacente do feminino aparece sempre como isto é, a representação subjacente do feminino aparece sempre como mito. (BUIIONI, 1981, p. 6).

Nas primeiras décadas do século XX, surgem algumas revistas – como a *Via-Lactea* das escritoras norte-rio-grandenses, Palmyra e Carolina Wanderley – que são palco, ainda que de forma sutil, das reivindicações femininas por maior espaço e por maior diversificação de papéis na sociedade. Mais tarde, alguns periódicos apresentam um teor educativo e “feminista” em que a mulher tenta impor uma *persona* pública até então considerada inaceitável pela sociedade. Mulheres publicam seus contos e romances e essa literatura começa a ser descrita pela crítica predominantemente masculina, como menor e doméstica. Nesse período, muitas vezes “escrever, para a mulher, constitui um ato de rebeldia, uma transgressão à ordem pré-estabelecida” (PAIXÃO, 1991, p. 23).

Podem ser encontradas duas representações da mulher nessas revistas: a tradicional - que circunscreve a ação feminina ao lar e engrandece as virtudes domésticas – e a progressista, que defende os direitos das mulheres dando ênfase à educação e à cultura.

De qualquer modo, entre a literatura e as chamadas artes domésticas, o jornalismo feminino já nasceu complementar, revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático (BUIIONI, 1981, p. 9).

No entanto, entre esses dois tipos de imprensa (tradicional e progressista), há um conjunto de matizes que interferem na construção da identidade que as mulheres fazem de si e permitem analisar as entrelinhas das mudanças sociais das mulheres.

O desenvolvimento e a modernização da sociedade sedimentaram o público feminino e as revistas femininas passaram a fazer parte das grandes editoras. Na segunda metade do século XX, surgem *Querida*, *Amiga*, *Cláudia* e *Nova*, revistas diversas voltadas para públicos diversos. Fundadas entre o desejo de traçar um perfil da mulher moderna e a necessidade de se ater às regras do mercado editorial, essas revistas acabam inovando na forma e mantendo o padrão tradicional, com seções voltadas para economia e prendas domésticas, cuidados com os filhos, beleza e etiqueta.

As revistas femininas oferecem o protótipo ideal da mulher pensado pela sociedade, mas insinuam, também, os temas mais importantes para a mulher no período, abordando questões polêmicas como a virgindade, a pílula anticoncepcional, o divórcio.

Em meados da década de 1960 é que começa a se desenhar, na maior parte dos países ocidentais, uma nova participação da mulher na sociedade. A pílula anticoncepcional teve aí um importante papel, além dos acontecimentos de Maio de 1968 e dos movimentos feministas. A liberalização da contracepção permite à mulher um maior domínio sobre sua principal função social, a procriação. É justamente nessa década que a pílula se populariza no Brasil. A presença da mulher no mercado de trabalho começa a se estabelecer e gera a modificação do direito privado e das atividades domésticas:

Em todos estes processos, e particularmente na conquista de autonomia política e simbólica - o afirmar “nós, as mulheres” o feminismo, ou antes, os feminismos dos anos sessenta e setenta desempenharam um papel essencial, impondo a feminilidade como categoria fundamental da identificação política e organizando-se como espaço autônomo, onde podiam operar-se a sua desconstrução e a sua reconstrução (THÉBAUD, 1991, p. 19/20).

No Brasil não se percebe claramente, ainda, na década de 1960, os reflexos do movimento feminista no tratamento dado à mulher pela grande imprensa. Geralmente, cabe à mulher apenas a recreação, nunca a seriedade das notícias. A presença feminina nas propagandas é bem significativa. Quando a mulher aparece, está, na maioria das vezes, em posição de submissão em relação ao homem, seja a poder do charme masculino, do posto de trabalho ou da família.

A década de 1970 vai trazer uma mudança gradual na participação feminina nas propagandas. As mulheres começam a aparecer em algumas posições mais destacadas. Os modelos que a sociedade determinou como caracterizadores do feminino ainda são a forma predominante de representação das mulheres na mídia: a mãe, a dona de casa, a boa filha. Mas é possível perceber uma mudança sutil na representação dessas mulheres que, vez por outra, surgem em atitudes ousadas, rebeldes, ou em posição mais ativa na publicidade. Aos poucos, as imagens da imprensa denotam uma mudança de comportamento principalmente entre as mulheres mais jovens. A indústria cultural é um dos fatores que serve de estímulo e de veículo para essas mudanças. Mas são as mulheres que buscam mudar, que conquistam novos espaços e geram novas representações.

### **Visitando a revista *Cláudia* nas décadas de 1960 e 1970**

*Cláudia* nasce no Brasil em 1961 tendo como modelo a revista homônima argentina e se mantém viva até hoje como publicação mensal. Ela quer representar o espírito da mulher moderna. Voltada para a mulher de classe média, casada, apresenta seções tradicionais das revistas femininas com algumas alterações modernizadoras, tais como o artigo “O problema dos casamentos estéreis - o homem também é responsável”, que esclarece os problemas de esterilidade masculina (*Cláudia*, Julh./1963). Convivem esses assuntos mais modernos com seção de consultas jurídicas, cuidados com plantas e animais domésticos e contos. Na década de 1960 se destacam as seções de economia doméstica, cuidados com os filhos e decoração. De acordo com Buitoni, essa revista representa o espírito dessa década em relação à mulher.

O editorial da primeira edição da revista, em 1961, apresenta não só a proposta da revista, mas a sua visão de mulher:

Por que Cláudia?

O Brasil está mudando rapidamente. A explosiva evolução da classe média torna necessária uma revista para orientar, informar, e apoiar o crescente número de donas de casa que querem e (devem) adaptar-se ao ritmo da vida moderna. Cláudia será dirigida a essas mulheres e dedicada a encontrar soluções para seus novos problemas. Cláudia não esquecerá, porém, que a mulher tem mais interesse em polidores do que em política, mais em cozinha do que em contrabando, mais em seu próprio mundo do que em outros planetas.

Cláudia, enfim, entenderá que o eixo do universo da mulher é seu lar.

(*Cláudia*, out./1961).

Fica evidente, a partir de seu editorial, que a revista é voltada para uma mulher que, apesar de buscar informação e se atualizar sobre o mundo, tem como prioridade o lar e a família.

Pouco depois de seu surgimento, em 1963, a revista passa a contar com a colaboração de uma mulher que marcou época na imprensa brasileira: a psicóloga Carmem da Silva. A escritora foi contratada como correspondente, passando a publicar na revista *Cláudia* a coluna “A arte de ser mulher” e a seção “Carmem da Silva responde”.

A seção “A arte de ser mulher” discutia as principais questões que se desenvolviam na sociedade acerca dos papéis femininos. Carmem da Silva lança polêmicas ao defender o divórcio, ao discutir a fidelidade, o casamento, a maternidade. Seus pontos de vista são sempre permeados de apoio teórico mesclado a uma linguagem acessível e a uma atitude conciliatória que denuncia um desejo de formar e informar a mulher, de prepará-la para mudar o seu papel, para abrir-se a novas possibilidades e liberdades.

A *Cláudia* n° 22 (Julh./1963), por exemplo, traz uma seção que ensina a mulher a cuidar dos animais domésticos; a seção “Ser mulher... e ser feliz”, assinada pela personagem Anita Galvão, consultora feminina da Johnson & Johnson, discute elegância; uma seção literária traz o conto “O regresso”, de Somerset Maugham; e uma seção de estética com a matéria “Mostre um rosto sem preocupações”. Entre as reportagens, no entanto, chama atenção a que trata dos direitos da mulher casada, de autoria de Lena Maria. A imagem que acompanha o texto mostra uma mão feminina rompendo grilhões e a repórter retoma, rapidamente, a posição feminina na legislação romana, portuguesa e americana, citando, por exemplo, uma frase de Aristóteles que afirma: “Quando a natureza erra na fabricação de um homem, sai uma mulher” (*Cláudia*, Jul./1963). Colocando os Estados Unidos numa posição de avanço em relação aos outros países, inclusive ao Brasil, escreve: “Os EUA outorgam à mulher todos os direitos civis de que gozam os homens desde a Convenção Interamericana, assinada em Bogotá a 2/05/1948” (*Cláudia*, Jul./1963).

A tônica da reportagem parece ser a de informar não só sobre aos direitos e deveres da mulher casada, apresentando as mudanças ocorridas na legislação brasileira com a

publicação do Estatuto da Mulher Casada (lei n. 4.121/1962), mas dar ênfase aos avanços e às conquistas das mulheres ocorridas em outros países. Nesse processo, percebe-se que as jornalistas que faziam *Cláudia* nem sempre se atinham ao parâmetro inicial proposto para a revista. Lembramos, a título de informação, que o Código Civil em vigor ainda era o de 1943 e que as conquistas da mulher, no Brasil, foram lentas e gradativas. A lei do divórcio só chegou no final de 1977 (lei n. 6.515 de 26 de dezembro de 1977).

As reportagens também denotam que o público preferencial da revista é a mulher casada. A maioria das propagandas demonstra esse fato, desde a do chá Tender Leaf, que apresenta as *socialites* Cecília Matarazzo, Sandra Massena e Gina Furlan, até a de móveis para a cozinha, cuja foto representa o sonho de uma adolescente com seu casamento.

Prevalece, em geral, a representação da mulher como um ser cujo maior desejo é formar uma família e cuidar do lar. Da realização desse desejo dependem a confirmação de sua feminilidade e o seu status dentro da sociedade.

A revista procura manter-se à margem dos grandes acontecimentos históricos, tanto é que em 1964 não aparece nenhuma menção ao golpe militar ocorrido em 31 de março.

A década de 1970 vai determinar o auge da comercialização na imprensa. As revistas logo se transformam em verdadeiros catálogos de mercadorias, entremeados por uma ou outra matéria jornalística. Trazem mais páginas coloridas, papel de melhor qualidade e, muitas vezes, matérias mais curtas e menos profundas.

Dessa forma, a revista *Cláudia* apresenta um caráter de modernização muito mais voltado para o mercado do que para a modernização da mulher em si, dirigindo-se, sobretudo, para a mulher que está apta a consumir os mais novos produtos oferecidos pela indústria. Aquela que está atenta às cores da moda, à roupa da moda, ao sapato da moda. À que dirige, como na propaganda do Fusca. Ela disputa o carro com o marido, simplesmente porque esse carro é “fácil de dirigir. Fácil de estacionar. Obediente. Não dá problemas” (*Cláudia*, Out./1963). Observe-se a ênfase na facilidade que a tarefa tão masculina de dirigir teria de ter para atender ao público masculino. Essa mesma mulher casada, presente no espaço público da rua atrás da direção de um carro, precisa aprender, na seção “A melhor maneira de ...”, a passar e dobrar a camisa masculina com perfeição. Para tanto, a seção traz fotos passo a passo desse processo.

A mulher precisa ter uma aparência moderna, mas precisa manter as mesmas funções, os mesmos papéis que vinha exercendo ao longo da história. Essa é uma das constatações. No entanto, Carmem da Silva já se estabelece na revista modificando os padrões. Em sua crônica “A protagonista”, ela pondera:

Muitas mulheres se casam esperando que o amor lhes dê felicidade; trabalham pensando que um emprego lhes dará independência, ou estudam com o objetivo de que uma carreira lhes dê prestígio. Nos três casos partem de premissas errôneas: a felicidade, a independência, o prestígio e os demais bens da vida não são outorgados a ninguém em bandeja de prata. O amor de outrem, o trabalho e a carreira em si, não dão nada: constituem apenas instrumentos que nos ajudam a construir o que desejamos. A palavra construir sugere a idéia de tarefa, de esforço inconsciente e intencional: nada mais oposto à atitude passiva e estéril de esperar que as coisas fundamentais nos chovam do céu. (*Cláudia*, set./1963).

As crônicas de Carmem da Silva são elementos de destaque na revista durante esse período e décadas após. Abordavam questões como o aborto, a fidelidade e o divórcio. Sua perspectiva, moldada em bases psicológicas, tentava causar uma reflexão na leitora, em prol de uma mudança de sua visão de mundo, não só nas formas de ação. A crônica “Pura magia, quase milagre”, por exemplo, aborda as idealizações que a própria mulher constrói acerca de seus parceiros:

Todas as mulheres forjam um ideal de homem que corresponde às suas aspirações e necessidades: umas o querem forte, outras o desejam inteligente, algumas o sonham meigo, audaz, empreendedor, meditativo, sentimental, prático, dominante. (*Cláudia*, Fev./1963).

Essa idealização, diz ela, pode arruinar o relacionamento, principalmente quando a mulher quer operar uma mudança no companheiro, tentando ajustá-lo a seus padrões ideais. A cronista propõe, então, que a leitora reflita sobre suas atitudes diante dos homens:

A leitora que, em maior ou menor grau, encontra semelhanças entre sua forma de amar e as aqui descritas, faria bem em proceder a um consciencioso auto-exame: que quero de meu companheiro? Em que medida lhe reconheço uma identidade própria, em que medida pretendo que seja reflexo de mim ou de minhas fantasias? (*Cláudia*, Fev./1963)



Seja tocando em assuntos polêmicos, seja aconselhando uma revisão de valores, Carmem da Silva propõe, sempre, uma reflexão da mulher sobre si mesma em relação ao mundo, à sociedade, à vida e aos homens. Embora advirta que não pretende incitar o sexo feminino a “situar-se ante o homem em posição reivindicatória e autoritária”, mas procurando orientar homens e mulheres a “auto-afirmar-se sem necessidade a custa da lógica, da sensatez e do bom entendimento que deve reinar entre ambos” (*Cláudia*, dez./1964), a autora assume uma posição feminista rara de se ver na grande imprensa nesse período e difícil de manter por tanto tempo quanto o que ela passou na revista *Cláudia*.

Inseridas numa revista cujo público alvo é a mulher casada, as crônicas de Carmem da Silva deixam entrever, também, algumas mudanças em curso na sociedade brasileira, introduzidas, em parte, pelo movimento feminista.

O feminismo no Brasil da época é experimental e tateante, diz Ventura (1988). As mulheres sabiam mais o que não queriam, o que já constituía um avanço. Não queriam repetir o que consideravam a infelicidade das gerações anteriores e experimentavam liberando o vocabulário e o sexo. Muitos dos rebeldes da época tinham, como fato comum, a revolta contra os pais e a rejeição da família.

De tal maneira que muitos, como Calmon, reduzem os questionamentos da época a um “problema familiar freudiano”. Essa ocorrência aliás, não parece ter sido um fato isolado, como constata Vladimir: “Aquela rapaziada de 64/68 rompeu com a estrutura repressiva do pai, da mãe, da família, que tradicionalmente absorvia a rebeldia do filho e o colocava no bom caminho (VENTURA,1988, p. 45/46).

Nos Estados Unidos, porém, o feminismo já estava estabelecido com movimentos atuantes, como a Organização Nacional de Mulheres (NOW), que promovia manifestações desde 1966. Em setembro de 1970, cerca de cinquenta mil mulheres marcharam pelas ruas de Nova York empunhando cartazes e faixas e gritando frases agressivas contra os homens. Uma das consequências dessa marcha foi a greve protagonizada por donas de casa em todo os Estados Unidos. A palavra de ordem era: “Neguem tudo aos seus homens!”. Nesse momento, uma das porta-vozes do movimento americano, Betty Friedan vem ao Brasil e a imprensa está

mais preocupada em categorizá-la como uma senhora feia do que como a autora do livro que causou impacto nessa geração feminista, *Mística feminina* (1967).

O feminismo é muitas vezes posto em xeque, muitas vezes ridicularizado em jornais e revistas do país que, para tanto, fixam-se na estereotipização das feministas como “feias” e “machonas”. Rose Marie Muraro é apresentada ao leitor como “mãe de cinco filhos, escritora e diretora do departamento de edições da Editora Vozes”; ou seja, em primeiro lugar pela função regular de mãe que ela exerce na sociedade, em segundo lugar pela profissão estável que tem, em terceiro lugar, é apresentada sua visão feminista através do livro recém publicado *Libertação sexual da mulher* (1971).

No ano de 1971 Carmem da Silva escreve, no texto “O que é uma mulher livre?”, sobre o movimento feminista estadunidense:

A 26 de agosto de 1970, os meios de comunicação divulgaram uma notícia que causou formidável impacto: as mulheres americanas estavam nas ruas. Em Nova York, Washington, Boston, Detroit e várias outras cidades dos estados Unidos, elas desfilavam em massa com cartazes e clamores. Que mulheres? Estudantes, operárias, esposas de grevistas ou de empregados, mães de soldados, viúvas de guerra? Nada disso: apenas mulheres. Esse era o dado comum e não a idade, raça, religião, classe social, situação cultural, profissional ou familiar. Era na qualidade de mulheres que elas contestavam reivindicavam. (*Claudia*, jul./1971)

A cronista se entusiasma com a movimentação da mulher em busca de novos espaços, mas denuncia que, na imprensa brasileira, o que se percebe é uma campanha sistemática e maliciosa não só contra Betty Friedan, mas contra a mulher que luta, “porque diz a verdade, porque fala o que se preferiria calar, porque incomoda.” (*Cláudia*, abr./1972)

Carmem da Silva segue um modelo feminista similar ao da brasileira Rose Marie Muraro, propõe o diálogo, a compreensão mútua entre homens e mulheres, percebendo ambos como elementos fundamentais na construção da sociedade e alertando para a necessidade de um não ser oprimido pelo outro.

O feminismo no Brasil, nesse período, revestiu-se de um caráter específico, evitando o radicalismo e as confrontações explícitas. Como afirma o historiador Carlo Guinzburg (2003), os diferentes pensamentos transitam entre si e buscam reformulações e

reinterpretações, de forma que, muitas vezes, o pensamento subalterno altera o pensamento dominante e não apenas o contrário.

Um efeito colateral desse processo e que viria a durar muito tempo é o fato de muitas mulheres evitarem o termo “feminista”, para não se associarem ao padrão dicotômico estabelecido em terra tupiniquim de que feministas não são femininas.

No entanto, também há, nesse processo de avanços e recuos, uma revolução em andamento, no sentido de uma maior participação da mulher na sociedade. Nesse caminho, as mulheres repensaram uma série de modelos pré-estabelecidos propostos pela sociedade. Recusar os limites desses modelos significou lançar-se a uma aventura cujos principais obstáculos seriam estabelecer para si uma identidade social diversa da proposta pela sociedade e construir-se enquanto sujeito social ativo. Muitas mulheres conseguiram superar esses obstáculos, outras sucumbiram a eles.

### **Considerações finais**

A história das mulheres vêm sendo construída por pesquisadores que, como nós, lançam mão da mais variada documentação para a investigação e a escrita de um passado do qual as mulheres foram alijadas por séculos.

A nossa pesquisa mostra como a representação da mulher na revista *Cláudia*, nas décadas de 1960 e 1970, oscila entre o padrão tradicional, o da fada do lar, educada para um papel secundário, restrito ao espaço privado e o progressista, isto é, da mulher que ousa assumir um papel ativo, inserindo-se no espaço público.

Nos Estados Unidos e na Europa, havia naquelas décadas uma efervescência política e cultural que desembocou no movimento feminista. No Brasil, a movimentação era tímida. Carmen da Silva só em 1971 introduziu a palavra “feminismo” nas crônicas publicadas na revista *Cláudia*. Pioneira na discussão de temas polêmicos, como divórcio e infidelidade, os seus artigos e crônicas constituíram uma referência para as mulheres daquele período, contribuindo para que estas tomassem conta de suas vidas e se libertassem da dominação masculina.

Carmen da Silva, sem dúvida, teve um papel atuante na sociedade daquele período. Considerada, por alguns, “avançada”, criticava a “mesmice” e incitava as mulheres a “viver e renovar-se”, sábio ensinamento que continua válido para todas nós.

### Referências

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Loyola, 1981.

\_\_\_\_\_. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. 2 ed. revista e ampliada. São Paulo: Summus, 2009.

CAVALCANTE, Ilane Ferreira. *Mulheres e Letras: representações femininas em revistas e romances das décadas de 1960 e 1970*. Natal: IFRN Editora, 2011.

FRIEDAN, Betty. *A mística feminina*. Trad. José Vaz Pereira. Lisboa: Ulisseia, 1967.

*Cláudia*. São Paulo. Outubro, 1961.

\_\_\_\_\_. Fevereiro, 1963.

\_\_\_\_\_. Julho, 1963.

\_\_\_\_\_. Setembro, 1963.

\_\_\_\_\_. Outubro, 1963.

\_\_\_\_\_. Dezembro, 1964.

\_\_\_\_\_. Dezembro, 1971.

\_\_\_\_\_. Abril, 1972.

GUINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes*. 3 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

MURARO, Rose Marie. *Libertação sexual da mulher*. Petrópolis: Vozes, 1971.

OLIVEIRA, Rosiska Darcy. *O elogio da diferença*. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

PAIXÃO, Sylvia. *A fala-a-menos*. Rio de Janeiro: Numen, 1991.

SILVA, Carmen da. Se você não evolui, regride. Disponível em <http://carmendasilva.com.br/site/php/content.php?id=35&idc=327>. Acesso em 19 ago. 2015.

THÉBAUD, Françoise. (Org.). *História ocidental das mulheres*. Vol.5 – o século XX. Porto/São Paulo: EBRADIL/Edições Afrontamento, 1991.

VENTURA, Zuenir. *1968: o ano que não terminou*. 15 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

Artigo recebido em 24 de agosto de 2015. Aprovado em 31 de julho de 2016.

---

## Notas

<sup>1</sup> Parte do material deste artigo integra a tese de doutoramento *Faces de mulheres no Brasil das décadas de 1960 e 1970*, defendida em outubro de 2002, no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e posteriormente publicada no livro CAVALCANTE, Ilane Ferreira. *Mulheres e Letras: representações femininas em revistas e romances das décadas de 1960 e 1970*. Natal: IFRN Editora, 2011.