

1. RESUMO

O presente artigo tem como objetivo examinar a representação feminina no projeto gráfico das capas da revista Claudia, inicialmente voltada à dona de casa e posteriormente, evoluiria em seu projeto gráfico para acompanhar as mudanças do perfil do público feminino. O texto apresenta um comparativo do projeto gráfico das capas das revistas nos anos 70 e 80, identificando como os elementos de composição visual foram diagramados e como a mudança da representação da figura feminina influenciou a construção dos projetos gráficos das capas da revista Claudia, para isso, será apresentado um referencial teórico e uma análise com base em pesquisa.

Palavras-Chave: Claudia, representação, revista, projeto gráfico.

2. INTRODUÇÃO

Nos séculos XIX e XX, a mulher era vista como símbolo de fragilidade, representada como esposa, mãe, dona-de-casa afetiva e a sexualidade era exclusivamente destinada à satisfação do marido.

A sociedade sempre esteve em constante transformação ao longo da história, com a chegada da revolução industrial na Era Vargas, a mulher começa a assumir um papel de operária das fábricas, deixando o espaço doméstico como único local de trabalho, esse foi o primeiro passo que marcaria o início das mudanças que estavam por vir em todo o mundo na luta pelos direitos das mulheres. Somente no transcorrer das décadas de 60, 70 e 80 que o mundo assistiu mudanças fundamentais no papel social das mulheres.

Nesse contexto, ocorreu um crescimento no consumo de revista, um dos formatos jornalísticos mais conhecidos na época, que tinha por objetivo entreter e informar, tendo como foco em sua maioria os homens de classes mais elevadas, nesse momento, começa a serem lançadas as revistas femininas, entre elas em 1961, a revista Claudia que acaba tornando-se palco de reivindicações femininas, assim como outras revistas desse perfil.

Revistas representam épocas. [...] só funcionam em perfeita sintonia com seu tempo. Por isso, dá pra compreender muito da história e da cultura de um país conhecendo suas revistas. Ali estão os hábitos, as modas, os

personagens de cada período, os assuntos que mobilizaram grupos de pessoas. (SCALZO, 2003, p.16)

Segundo Lobato (2013), as revistas são consideradas representantes de épocas, assim, conforme ocorrem às mudanças na sociedade, esse meio acompanha e representa esses momentos. Dessa forma, se as mulheres sofreram grandes transformações durante toda a história da sociedade, foi natural que de alguma forma isso esteja representado nas revistas. Para tanto, o objetivo do artigo é analisar as capas da revista Claudia nos anos 70 e 80, época considerada como marco no que se refere aos periódicos brasileiros no formato de revistas, e entender como aconteceu à mudança da representação da mulher nesse meio através do referencial teórico apresentado.

3. OBJETIVOS

O presente artigo busca analisar os projetos gráficos da revista Claudia nos anos 70 e 80 com o objetivo de identificar como as mudanças das mulheres foram representadas em um dos principais meios de comunicação da época.

4. METODOLOGIA

A mudança da representação da mulher pode ser vislumbrada por meio dos projetos gráficos da revista Claudia que abordam em todos os elementos gráficos características representativas do gênero feminino. Diante disso, torna-se como base a análise dos projetos gráficos das capas da Revista Claudia especificamente dos anos 70 e 80, periódico importante durante essa época que foi difusor de temas relevantes para as leitoras.

Além da referida análise, foi realizado uma pesquisa de campo com o público feminino no geral para comprovar a hipótese de que ocorreram mudanças significativas para a mulher no decorrer das décadas de 70 e 80 e isto mesmo que de forma sutil foi representada através dos projetos gráficos das capas da Revista Claudia e é percebido até mesmo para as mulheres que não vivenciaram tais épocas.

5. DESENVOLVIMENTO

Contexto histórico dos anos 70 e 80 no Brasil

Segundo Santos Jor. (2009), os anos 70 foram marcados por importantes manifestações culturais que refletiam uma época de intensa contestação de padrões sociais, de uma geração de jovens que buscavam liberdade através de ideais contraculturais, políticos e revolucionários num cenário marcado por um regime autoritário de censura e repressão social e cultural, período que reflete a situação macro do regime militar no Brasil.

Furlan (2013) aponta que este governo autoritário e repressivo tinha entre seus objetivos o desenvolvimento do país, já que o mesmo ingressou numa fase de industrialização e crescimento econômico acelerado. Nesse cenário, a educação era pautada em perspectivas de formação para o trabalho, potencializando a economia do país, o objetivo era apenas formar as pessoas para sua atuação nas indústrias, e não no desenvolvimento das habilidades individuais de cada um, formando assim uma grande massa manipulada pelas ordens políticas e econômicas.

Segundo Santagada (1990), os anos 80 trouxeram consigo mudanças significativas de ordem econômica, política, social e demográfica. A herança dos anos 70 como maior endividamento externo, avanço do capital multinacional no país, maior desigualdade social, descontrole da inflação e queda nos investimentos, marcou a economia brasileira na década de 80, o país encontrou-se em uma crise econômica e social sem precedentes.

As décadas de 70 e 80 no Brasil representaram um período de grandes transformações nos aspectos, econômico, social e político. Essas mudanças influenciaram diretamente na construção da sociedade, na relação dos gêneros e no comportamento dos indivíduos das famílias brasileiras.

A revista Claudia e a mulher

Para Bittelbrun (2009), a revista Claudia foi lançada em 1961 com aproximadamente 180 mil exemplares mensais, a revista surge com a proposta de ser "amiga da leitora", este público que era constituído principalmente por mulheres com a faixa etária entre trinta e cinquenta anos, casadas e de classe média. Portanto, as principais pautas abordadas no periódico envolviam assuntos para a

dona de casa: a preocupação com a casa e com os filhos, com o marido e com o corpo, tudo que reforçava ideias tradicionais.

Segundo Costa (2009), na década de lançamento da revista *Claudia*, anos 60, a revista privilegiou a vida cotidiana feminina no âmbito familiar. Os editores idealizaram que o perfil do seu público alvo seria a mulher casada, dona de casa, mãe e que teria no universo do lar o palco principal de suas experiências.

O lançamento de *Claudia* configurou-se como ferramenta importantíssima na mudança de mentalidade daquela época, na qual o papel das mulheres era muito diferente do que é hoje (embora ainda encontremos vários resquícios deixados por esse período). Ela era preparada para casar, cuidar da casa, do marido e dos filhos, e as revistas ou periódicos que surgiram antes de *Claudia* pareciam só ajudá-las nestas tarefas. (NOGUEIRA, 2003, p. 89)

Nos anos 70, a revista continua abordando assuntos relacionados à família, filhos, assuntos domésticos, mas principalmente a relacionamentos, nas páginas da revista apontava uma crise na instituição do casamento e reforçava que a vida sexual do casal dependia exclusivamente da mulher, dessa forma, grande parte das matérias eram voltadas a “ensinar” as mulheres truques e dicas de como elas poderiam ser atraentes para seus maridos e não deixar a vida sexual cair na monotonia. Vemos que para a mulher não bastava desempenhar sua função de esposa, mãe e dona de casa, ela deveria ser a amante ideal, satisfazendo todos os desejos do seu companheiro.

Costa (2009) aponta que ainda na década de 70, outro assunto bastante abordado era a maternidade, marcando a discussão da escolha de querer ou não ser mãe, ao mesmo tempo em que outros assuntos como a liberação sexual e o trabalho feminino eram levantados e seria o início de outras opções para as mulheres além de ser mãe.

A partir da década de 80, muitas mulheres já tinham uma profissão e com isso, acumulavam suas funções de esposa, dona de casa e mãe com a de profissional. Levando em conta esse novo cenário, a revista começa a abordar matérias para discutir essa nova experiência. A escolha de ter ou não filhos, os medos e mitos sobre a maternidade, a educação dos filhos continuavam a fazer parte das páginas de *Claudia*, porém com algumas modificações significativas, como a divisão nas obrigações nos cuidados com os filhos entre o homem e a mulher.

O que podemos perceber no decorrer dos anos 70 a 80 é que ocorreram mudanças no papel da mulher na sociedade e que os papéis masculino e feminino começam a se misturar, porém esse foi um processo que não aconteceu de uma hora para outra e foi marcado por algumas tensões.

Segundo Bittelbrun (2009), a maior atuação da mulher na sociedade, com direito ao voto, além da crescente participação feminina nas universidades e ocupando diversas vagas de emprego, fizeram-se necessárias algumas alterações de direcionamento da revista. Dedicando-se mais aos assuntos de comportamento, e de estética, contando ainda com depoimentos de pessoas famosas, a revista garantiu o que é fundamental em veículos impressos manter a contemporaneidade e a atualidade.

Projeto gráfico em revistas

Segundo Gruszynski & Chassot (2006), o projeto do editorial de um periódico é percebido através da orientação que dá as matérias, redação e sua apresentação na página, os leitores conseguem perceber isso através de como o periódico se estrutura e aborda os temas.

No projeto gráfico das revistas, o número de páginas varia conforma a edição, assim como a diagramação, já o formato do papel, impressão e quantidade de cores em sua maioria se mantem, mesmo que os elementos principais variem que são estes: o grid, a tipografia e as imagens. Em suma, o objetivo principal do projeto gráfico é de conferir unidade e refletir a personalidade de cada publicação.

Gruszynski & Chassot (2006) aponta que cada um dos elementos principais que compõem o projeto gráfico de uma revista possui uma função específica: O primeiro elemento é o diagrama (grid) que é responsável pela unidade das diferentes edições da publicação, ou seja, é o que garante que mesmo que o conteúdo delas seja diferente, a revista será facilmente identificada pelo público.

O segundo elemento é a tipografia, que são as letras, números e sinais de pontuação de um determinado tipo que seguem um mesmo padrão de desenho e estilo. No design editorial de um periódico costumam-se utilizar famílias compostas por várias fontes para que se possa manter uma unidade sem perder a diversidade, auxiliando na personalidade, no estilo e na mensagem da publicação.

O terceiro elemento do projeto gráfico são as imagens, que são as figuras que acompanham o texto, essas que podem ser desenhos, fotografias, gráficos, fluxogramas, etc. As principais funções das imagens são: Pontuação que destacam aspectos do texto ou assinala seu início ou término; descritiva; narrativa; simbólica; estética e por fim lúdica.

Para Mendonça (2009), o projeto gráfico e editorial de uma revista tem tendências mais comerciais do que informativas e não a um autor ou grupo de autores específicos, assim cada edição de uma revista é única, possuindo seus próprios temas e matérias, classificando-se dessa forma como um periódico.

Com o objetivo de chamar a atenção do seu público alvo, a maioria das capas das revistas possui dezenas de chamadas para o seu conteúdo. Não existe um parâmetro que determine qual a quantidade certa ou errada dessas chamadas tudo dependerá do estilo, público e objetivo do periódico. O importante é que sejam destacadas as manchetes mais atraentes nas capas, posicionando-as de maneira estratégica para capturar a atenção do potencial leitor, além disso, algo a ser destacado é que em nenhuma hipótese as manchetes das matérias devem atrapalhar a imagem da capa que é o principal chamariz de venda da revista.

Pesquisa de campo sobre o estudo

Para embasar o presente artigo científico que tem como objetivo fazer um estudo sobre a mudança da representação da mulher através de uma análise dos projetos gráficos das capas da revista Claudia nos anos 70 e 80, foi realizado uma pesquisa de campo com o público feminino no geral, para confirmar se quando realizado um comparativo entre os projetos gráficos das capas dos anos 70 e 80 da revista Claudia, as mudanças da mulher através dessas publicações são perceptíveis.

A pesquisa ocorreu durante trinta dias e contemplou perguntas que possibilitaram identificar características socioeconômicas do público respondente, para então aprofundar no tema de estudo e identificar os resultados.

Com uma amostra de 108 respondentes, é destacado a partir de gráficos um estudo sobre as respostas coletadas. Foi identificado que o principal público atingido pelo estudo foram mulheres entre 19 a 25 anos, solteiras, que exercem atividade remunerada e já consumiram algum título da categoria de revista femininas,

destacando-se entre estas, nomes como Capricho, Marie Clarie e Claudia, essa última, o foco do nosso estudo que ficou evidente pelos resultados que é conhecida, porém não consumida pela maior parte dos respondentes.

A partir da comparação realizada entre as capas dos anos 70 e 80, foi percebido que as manchetes das matérias dos projetos gráficos não foram identificadas como muito relevantes na vida das mulheres, já que tratavam principalmente de temas voltados a cuidados com a casa, família, filhos e marido. Porém, foi identificada pelo público respondente uma sutil, mas importante mudança nas capas com relação a esses temas abordados nos projetos gráficos das capas da revista Claudia dos anos 70 e 80. Nos anos 70 a revista Claudia abordava principalmente assuntos relacionados ao cuidado com a família e aparência feminina, principalmente porque se acreditava que a instituição do casamento estava em crise e a função de reparar esse “problema” era um papel exclusivo da mulher.

Com o início dos anos 80, outros temas são abordados nas manchetes do projeto gráfico da revista, destacando-se beleza e moda e saúde e bem-estar. A partir da década de 80 muitas mulheres já tinham uma profissão e com isso seu papel não se limita apenas ao papel de mãe, esposa e dona-de-casa, nesse momento ela era também uma profissional, logo, assuntos voltados ao cuidado dela mesma e não dos outros membros da família são abordados com mais frequência do que visto nos anos 70.

Percebe-se que o objetivo de identificar as mudanças da representação da mulher através dos projetos gráficos das capas da revista Claudia nos anos 70 e 80 foi identificado pelo público respondente.

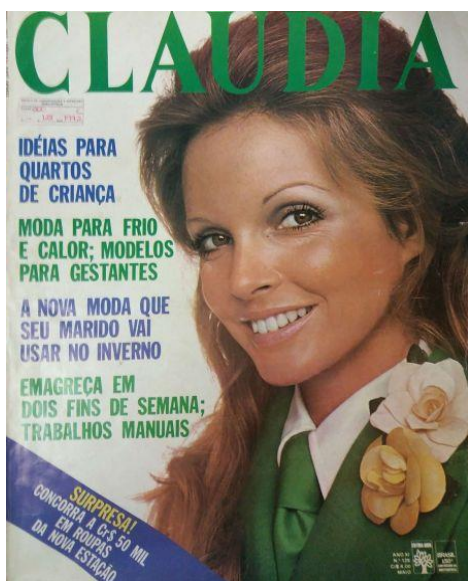
6. RESULTADOS

Com base no referencial teórico estudado e a pesquisa apresentada, foi elaborado a análise de duas capas da Revista Claudia, respectivamente dos anos 70 e 80.

Considerando o histórico dos anos 70 é identificada uma mulher voltada para as atividades domésticas, cuidadora do lar, dos filhos e do marido. Nesse cenário, a revista Claudia que surgiu com a proposta de ser “amiga da leitora”, propunha dicas de como auxiliar a mulher nessas tarefas. Na Figura 1 abaixo, é apresentado a capa da revista Claudia de 1972, onde suas manchetes são voltadas a assuntos

relacionados a cuidados com a casa, família, filhos e marido, por exemplo: “Idéias para quartos de criança”. Destaca-se que mesmo sendo uma revista essencialmente voltada ao público feminino, as chamadas das matérias desse projeto gráfico mostram atividades que a mulher poderia desempenhar para agradar o outro e não a si mesma.

Figura 1 – Revista Claudia: Maio de 1972



Fonte: Página da Biblioteca da Eca¹

Figura 2 - Revista Claudia: Setembro de 1985



Fonte: Página xuxa.com²

Por outro lado, na Figura 2 que apresenta a capa da revista Claudia de 1985, vemos um cenário um pouco distinto, as manchetes das matérias são voltadas principalmente a temas como beleza, moda, saúde e bem estar. Com a virada de décadas, muitas mulheres já estavam inseridas no mercado de trabalho e com isso não se limitavam exclusivamente as tarefas domésticas, assim começa a aparecer mesmo que de forma tímida, uma autonomia das mulheres e isso é representado através dos projetos gráficos das capas da revista dos anos 80. Por exemplo: “Os excessos na dieta podem levar à anorexia”. Nessa manchete existe uma preocupação com um assunto antes não abordado nos anos 70 que são os exageros nas escolhas para conseguir a aparência perfeita, assunto que na década

¹ Disponível em: <<https://muzeez.com.br/galerias/revista-claudia-anos-70/diASs2iFRdqvRmoF>>. Acesso em: 8 jun. 2018.

² Disponível em: <<http://www.xuxa.com/galerias/interna/194>>. Acesso em: 8 jun. 2018.

anterior era incentivado para atender aos desejos do marido e “resolver” os problemas matrimoniais.

Como a principal função do projeto gráfico de uma revista, desde as chamadas de suas matérias até a imagem da capa, é chamar a atenção do seu público alvo, observa-se que de uma década para outra, mesmo que de forma sutil existiram transformações no papel da mulher na sociedade, o que foi representado nos projetos gráficos das capas da revista *Claudia*, buscando assim, conversar com o dia a dia da mulher brasileira dos anos 70 e 80.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nota-se que as mudanças da mulher na sociedade brasileira foram ocorrendo durante as décadas e sendo fator transformador para o gênero. As revistas são representantes de épocas e dessa forma traduzem em seu projeto gráfico e editorial a história de uma sociedade durante o tempo.

A revista *Claudia*, objeto de estudo desse artigo, nasceu na década de 60 como “amiga da leitora” e configurou-se como uma ferramenta importante na mudança de mentalidade da época, traduzindo no projeto gráfico das suas capas o papel da mulher mudar de apenas dona-de-casa, mãe e esposa para uma profissional que se preocupava também com ela mesma, fazendo a mulher pensar de uma nova maneira sobre tais temas.

Portanto, conclui-se que não somente ocorreram importantes mudanças históricas nos anos 70 e 80 para a mulher brasileira, como também isto era representado através dos projetos gráficos das mídias impressas, importante veículo da época. Além disso, mesmo nos dias atuais por mulheres que não vivenciaram essas épocas é perceptível à mudança de abordagem das manchetes das matérias nos anos de estudo, comprova-se que a mudança é real, palpável e importante para a história da mulher na sociedade brasileira.

8. FONTES CONSULTADAS

ATAIDE, Ana Paula Gomes; OLIVEIRA, Liliam. **O feminismo na década de 60, por meio da revista *Claudia***. Goiás.

BITTELBRUN Gabrielle Vivian. **A beleza da mulher nas páginas da Revista *Claudia* desde a década de 1960: a identidade atribuída à figura feminina**. X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul,. Blumenau. 2009

CAVALCANTE, Ilane Ferreira. **A vida feminina nos anos de chumbo: Representações femininas no Brasil nos anos 60 e 70**. Rio Grande do Norte, 2011.

COSTA, Maria Paula. **A imagem feminina na revista Claudia: as representações do cotidiano familiar (1961-1985)**. Domínios da Imagem, Londrina, v. 2, n. 4, 2009.

FURLAN, Elisângela. **Educação na década de 1970: formação sem informação**. In: JORNADA DO HISTEDBR, 11, 2013, Cascavel.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia e CHASSOT, Sophia Seibel. **O projeto gráfico de revistas: uma análise dos dez anos da revista Capricho**. Conexão - revista de Comunicação da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, v. 5, n. 10, 2006.

LOBATO, Mayara Luma Maia. **A trajetória do feminino na imprensa brasileira: o jornalismo de revista e a mulher do séc. XX**. Minas Gerais, 2013.

MAZZA, Luan. **A mudança da sociedade: o papel da mulher do início do século XX ao XXI, tendo como parâmetro o Código Civil de 1916 e 2002**. 2015. Jus Brasil, São Paulo. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/40676/a-mudanca-da-sociedade-o-papel-da-mulher-do-inicio-do-seculo-xx-ao-xxi-tendo-como-parametro-o-codigo-civil-de-1916-e-2002>> Acesso em: 28/05/18 às 20:27.

MENDONÇA, André Noronha Furtado de. **Projeto editorial para revistas**. 2009.

MORAIS, Anielle A.F.; PROCÓPIO, Mariana; SILVA, Renata K. **Revista Claudia e o Conceito de Independência Feminina**. 2006. 15f. Trabalho de Graduação (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal de Viçosa, UFV, Viçosa, 2006.

NOGUEIRA, Débora Cristina Lelis Nogueira. **Imprensa feminina e consumo: Jornalismo e publicidade na revista Cláudia**. Projeto experimental. Universidade Federal de Juiz de Fora. Faculdade de Comunicação. 2003.

SANTAGADA, Salvatore. **A situação social do Brasil nos anos 80**. 1990.

SANTOS, Aline Tosa. **A construção do papel social da mulher na Primeira República**. V. 8, 2009.

SANTOS, Jordana de Souza. **O papel dos movimentos sócio-culturais nos "anos de chumbo"**. Vol. 6, 2009.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, Antonio Hohlfeldt; SILVA, Miriam Cristina Carlos. **O poético das mídias**. 1 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.