

Transformação Social pela Cozinha: Consumo das Mulheres no Brasil do Desenvolvimentismo

Maíra Zimmermann de Andrade¹

RESUMO

Abordando discursos produzidos acerca da modernidade do segundo pós-guerra, ocorrida nos anos 50 e 60, nos Estados Unidos e União Soviética, chegando ao Brasil, no governo de Juscelino Kubitschek (1954 – 1961), o artigo intenta compreender como as mudanças sociais, relacionadas à revolução no consumo, foram representadas nos meios de comunicação e impactaram a vida das camadas médias da população brasileira, principalmente a das mulheres, na esfera privada.

Palavras-chave: modernidade, consumo, dona-de-casa.

Key words: modernity, consumption, housewife.

Os anos cinquenta trouxeram consigo novas possibilidades em relação ao consumo. Após a Segunda Guerra mundial os padrões de consumo irão inevitavelmente mudar. Nos

Anos dourados, sobretudo nos países ‘desenvolvidos’ cada vez mais prósperos, muita gente sabia que os tempos tinham de fato melhorado (...) O que antes era um luxo tornou-se agora o padrão de conforto desejado: a geladeira, a lavadora de roupas automática, o telefone (...) Era agora possível o cidadão médio desses países viver como só os muito ricos tinham vivido no tempo de seus pais – a não ser, claro, pela mecanização que substituíra os criados pessoais.²

Essa abundância material gerou conflitos que trouxeram consequências: mundo dividido entre capitalismo e comunismo tendo como pano de fundo a Guerra Fria. Se nos EUA a ordem do discurso era a individualidade e a abundância, na União Soviética era o contrário: o coletivo e a moderação.

Nessa nova sociedade regras precisariam ser restabelecidas e normas de funcionamento recriadas. Em ambos os Estados houve esforços institucionais de construção de um personagem – a gerenciadora do lar – que acabará legitimando e mantendo a nova ordem que se pretendia adotar no pós-guerra. Nas duas sociedades, para o papel regulador do âmbito do lar foi designada a mulher, sendo importante perceber o quanto esta sua função requeria a condição de reguladora do consumo. E ademais, cuidava de todo o universo do abastecimento doméstico, limpeza e organização do lar, relações sociais, prezava pela educação dos filhos e deveria manter o bom funcionamento de seu casamento. O papel de “super-dona-de-casa moderna”

¹ Historiadora formada pela Universidade Federal de Santa Catarina (2005), mestranda em Moda, Cultura e Arte no Centro Universitário SENAC SP cursando especialização em Jornalismo de Moda e Estilo de Vida na Universidade Anhembi Morumbi SP.

² HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX 1914-1991*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995, p. 253/259.

requeria alguns esforços: “esposa, amante, mãe, compradora, cozinheira, motorista, enfermeira, educadora, consertadora de utensílios domésticos, decoradora, nutricionista”.³

O estilo de vida americano, *American way of life*, foi adotado amplamente no Brasil, tanto economicamente, quanto socialmente no período de governo do presidente Juscelino Kubitschek (1956 – 1961). O capitalismo foi definitivamente implantado no Brasil, estimulando o investimento privado e abrindo as portas ao capital estrangeiro. O Plano de Metas pretendia desenvolver o país na velocidade de 50 anos em 5.

Os novos padrões de consumo sentiam-se materialmente. A modernização política afetava também a vida privada. As donas de casa consideravam-se felizes, pois:

Dispúnhamos de todas as maravilhas eletrodomésticas: o ferro elétrico, que substituiu o ferro a carvão; o fogão a gás de botijão, que veio tomar o lugar do fogão elétrico, na casa dos ricos, ou do fogão a carvão, do fogão a lenha, do fogareiro e da espiriteira, na dos remediados ou pobres: em cima dos fogões, panelas – inclusive a de pressão – ou frigideiras de alumínio e não de barro ou de ferro; o chuveiro elétrico; o liquidificador e a batadeira de bolo; a geladeira; o secador de cabelos; a máquina de barbear, concorrendo com a gilete; o aspirador de pó, substituindo as vassouras e o espanador; a enceradeira, no lugar do escovão; depois veio a moda do carpete e do sinteco; a torradeira de pão; a máquina de lavar roupa; o rádio a válvula deu lugar ao rádio transistorado, AM e FM, ao rádio de pilha, que andava de um lado para o outro junto com o ouvinte; a eletrola, a vitrola hi-fi, o som estereofônico, o aparelho de som, o disco de acetato, de vinil, o LP de doze polegadas, a fita; a TV preto-e-branco, depois TV em cores, com controle remoto; o videocassete; o ar-condicionado (...). Chegou o extrato de tomate; a lata de ervilha, de palmito, de milho, de legumes picados; o leite condensado; em pó, alguns só para crianças; o creme de leite; o iogurte; novas espécies de biscoito (...) A cerveja, agora também em lata (...) o guaraná, o da Antartica preferido ao da Brahma, (...) a Coca-Cola (...).⁴

Apesar de toda essa mudança ter sido sentida por muitas pessoas, não se pretende aqui a sua generalização. Na União Soviética, nos Estados Unidos, ou mesmo no Brasil as políticas governamentais ao que tudo indica beneficiaram os segmentos mais abastados da população.

Como em um grande teatro a atores e atrizes são dados papéis nessa nova temporada de estréia: os tempos modernos. Artificializados, atuam em novos paraísos a serem desfrutados, paraíso este que atendia pelo nome de consumo de massa.

Em minha pesquisa analisei a revista *O Cruzeiro* deste período. Escolhida por ter tido grande impacto e expressão na sociedade brasileira. Assim como acontece com os meios midiáticos no geral. Não os vejo como entes à parte, com poderes

³ FRIEDAN, Betty. *Mística Feminina*. Rio de Janeiro: Vozes, 1971, p. 30.

⁴ SCHWARCZ, Lília (org.) *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. vol 4. São Paulo: Cia. Das Letras, 2000, p. 564/565.

unilaterais e absolutos sobre seus leitores, com estratégias de persuasão sempre bem sucedidas. Estes têm capacidade de criar um imaginário fantasioso e despertar vontades e desejos. Mas não são via de mão única. Uma revista é também um lugar de conflito, de disputa de interesses e perspectivas, envolvendo os donos do veículo, seus patrocinadores, seus colaboradores, e necessariamente, senão, principalmente, o público leitor.

Duas outras fontes secundárias de pesquisa, o livro *Mística Feminina*⁵, de Betty Friedan, e o artigo *Cold War in the Kitchen*⁶, de Susan Reid, utilizaram revistas para embasar suas conclusões. Betty Friedan fez uso de periódicos como *McCall's*, *ReedBook*, *Ladie's Home Journal*, mostrando como a “mística feminina” foi difundida nos Estados Unidos. Susan Reid, pesquisando a realidade da União Soviética, utilizou, além da revista *Ogonek*, dirigida para homens e mulheres, manuais domésticos, que eram endereçados às mulheres.

Parte-se muitas vezes, da representação de uma dada realidade como meio de interpretar essa mesma realidade. Na conclusão de minha pesquisa procurei ir além. Tendo como fonte a revista *O Cruzeiro*, pretendi compreender e analisar como os discursos de uma época foram emitidos por um importante meio de comunicação de então. Entrevistei uma senhora, Maria das Dores Borba, objetivando verificar como esses mesmos discursos foram recebidos e vivenciados.

As atitudes e a compreensão de que uma pessoa tenha de sua contemporaneidade não nos possibilita tirar a conclusão de que todos agiam da mesma maneira, mas nos informa que se alguém inserido e participante do mundo se comportava de determinado modo, supostamente compartilhava este comportamento com quem consigo convivia.

Maria das Dores Borba⁷, hoje com 65 anos, tinha entre dezesseis e dezoito, no período de 1958 a 1960. Passou sua adolescência no período pesquisado. Morava na Colônia de São Pedro, hoje cidade de São Pedro de Alcântara, localizada no estado do Rio Grande do Sul. Estudava no município de Gravataí, em um internato, Colégio Dom Feliciano, no qual cursou o Magistério.

Em meados de 1958, Maria das Dores começou a fazer-se acompanhar de caderno, no qual escrevia receitas, poesias, conselhos e dicas, extraídos, em sua maioria,

⁵ FRIEDAN, 1971.

⁶ REID, Susan. Cold war in the kitchen: gender and the de-stalinization of consumer taste in the Soviet Union under Khrushchev. *Slavic Review*, Vol. 61, n° 2 (Summer, 2002) www.jstor.org/ Acessado em 01/07/04.

⁷ Maria das Dores é separada, e quando questionada sobre o seu nome, preferiu dar o nome de solteira.

de revistas da época, como *O Cruzeiro*, ou seja, todo o discurso de um período que vendia este imaginário de sonhos, havia sido recebido e materializado por uma pessoa.

Nesta espécie de diário, as colagens misturam-se com passagens escritas à mão. Enfeitando-o todo, encontra-se uma composição de desenhos e fotografias de mulheres, e de alguns casais. Segundo Maria das Dores, estas figuras foram em sua maioria recortadas da revista *O Cruzeiro*. A mescla entre receitas, poesias de amor e figuras de mulheres e casais é algo que forma uma realidade muito bem articulada. Os sonhos de uma menina são retratados e dão a impressão de um desejo de transformação das idealizações em vida concreta.

Mulheres que viviam sob constante vigilância da sociedade, que era, segundo Maria, muito maior do que atualmente. Em seu caderno, obediente aos padrões de então, um preceituário oferece “conselhos úteis”, que deveriam compor os procedimentos da vida de uma esposa, eis o “Decálogo da Mulher Casada”.

(...)7º - Se teu marido ainda tiver mãe, lembra-te que ela lhe embalou nos braços.

8º - Se tu és útil, já és feliz

9º - Se a desgraça surgir, não desanimes, nem desesperes – a calma voltará. Tem confiança em teu marido e ele terá coragem para dois.

10º - Se teu marido se afastar – espera-o. Mesmo se ele te abandonar – espera-o. Não és apenas a mulher dele, és a honra de seu nome. E, um dia, ele voltará, te abençoando⁸.

Valorizadas e notabilizadas na cozinha, ali ela deveria ser reconhecida, amada, encontrar um sentido para sua vida; era seu reduto, centro de liberdade de expressão. O caderno consta com mais de duzentas receitas: fórmulas de sucesso. Para marido nenhum botar defeito. Mulheres sempre prontas e alertas ao bem-estar e satisfação plena do marido. A aprovação do sexo oposto era de vital importância para que estas tivessem sucesso como esposas e mães, missão e predestinação que, se não cumpridas, lhes tolheria a completude. O estranhamento entre esses dois mundos tão distintos, todavia, era algo que se fazia sentir, e que preocupava muitas mocinhas com intenção de constituírem família, lugar almejado de sua realização: “Se lhe fala de amor de romance, logo pensa que queres casar com ele. Se não fores meiga, ele te chamará de desumana. Oh! Os homens! Deus do Céu! Eles lá sabem o que querem! (...)”⁹

Maria fazia parte de um determinado círculo social que lhe proporcionava algumas vantagens, assim como a maioria do público leitor e consumidor dos produtos expostos na revista *O Cruzeiro*. Frequentava os círculos sociais locais, participava de bailes e passeava bastante. Estava inserida em determinados modelos e

⁸ Extraído do caderno de Maria das Dores.

⁹ Idem.

comportamentos. Fazer esse tipo de caderno era costume dela e comum entre suas colegas de internato. Era prática, igualmente, fazer álbuns de recordações e poesias. Maria e suas amigas compunham um público que se reconhecia, que se pensava através de modelos narrativos, todas com um sonho em comum. Hoje Maria reconhece, parecendo que era tão particular a cada qual: “É o cultural que ordena o que acreditamos pertencer a uma singularidade extrema” [Através das revistas e dos seus encantamentos (discursos glamourizados), estas meninas descobrem o sentido de seus destinos], “em grande parte, o que construímos como nossa história pessoais, pertence, em boa parte de seus aspectos, a uma narração cultural”¹⁰.

Perguntada sobre o que pensa hoje de toda a idealização da época de adolescente, afirma que aqueles desenhos são imaginações, e que quando teve contato com a vida real percebeu que esta não era tão glamourizada como fora estampada nas revistas. Fazendo uma comparação com a vida que atualmente as mulheres levam, não tem dúvida em afirmar: “Hoje é muito melhor!”¹¹. Contrapondo a sua vida com a de sua mãe, Maria comenta que não há comparação. A entrevistada nasceu em uma década onde já se encontravam à sua disposição vários produtos e tecnologias que lhe liberavam de certos serviços e promoviam inúmeras facilidades. Perguntada se a qualidade de vida foi melhorada para a mulher com os eletrodomésticos: “Ah foi, nem se compara, ferro elétrico, ferro à brasa, a minha mãe disse que passava a roupa do meu pai com ferro à brasa, terno de linho branco, com aquele ferro à brasa, engomar, não é fácil”¹².

Sua mãe, ao contrário, não conhecia um fogão à gás, batia seus bolos à mão, não tinha luz elétrica, demorava horas para fazer um trajeto que hoje é feito em menos de quinze minutos. Nas palavras da própria entrevistada, Maria das Dores Borba, perguntada se sentiu grande diferença no começo da década de 60 em relação à quantidade e a qualidade dos produtos relacionados a utilidade doméstica afirma que: “Na época o que mais tinha era geladeira, em seguida, batedeira, liquidificador, fogão à gás, ferro elétrico, antigamente não tinha, o trabalho da cozinha era facilitado, não era como a minha mãe, eu tinha mais ajuda, era mais rápido, o fogão à gás. Para uma pessoa na cozinha é uma mão na roda, fogão à lenha... Eu nunca aprendi a fazer o tal do fogo no fogão à lenha, era muito chato”¹³.

¹⁰ CHARTIER, Roger (Org.) *Práticas de Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001 p. 110.

¹¹ Pré-entrevista realizada com Maria das Dores por telefone, no dia 08/11/2004.

¹² Entrevista realizada com Maria das Dores, no dia 15/11/2004.

¹³ Idem.

A mudança ocorrida na sociedade brasileira que iniciou nos anos 50 e teve sua maior expressão nos anos 60, não só trabalhou fundamentalmente com o imaginário de uma determinada camada social – as camadas médias –, como transformou materialmente a vida privada, impactando os costumes e, por decorrência, as relações estabelecidas no mundo de então.

O ato do consumo não pode ser analisado e criticado em si próprio, como atitude de alienação do sujeito. A questão é mais complexa e pede que se atente para o desdobramento da relação estabelecida com o consumido. Famílias inteiras tiveram suas vidas melhoradas e suas atividades facilitadas com a possibilidade de compra e de uso de inúmeros produtos que apareciam no mercado.

Os meios de comunicação desenhavam o mundo doméstico como um paraíso, com rainhas do lar vivendo rodeadas por suas famílias perfeitas. Filme irretocável, com estratégia publicitária de venda de mercadorias. Não obstante, é inegável que toda a parafernália de utensílios domésticos causou uma revolução material em cada lar e acabou por proporcionar qualidade de vida, possibilidade de deslocamento, ganho de tempo, investimento em outras atividades. O tempo dedicado a casa e à família foi substancialmente reduzido¹⁴, abrindo condições para que a mulher quebrasse as barreiras do privado, atuando, assim, também, na esfera pública, conseguindo superar, com o uso de produtos vendidos a uma mulher estereotipada, em uma sociedade estereotipada, a uma situação estereotipada proposta pelo ideal circulante da época.

As atuais gerações de mulheres tiveram maior facilidade para ganhar a vida no espaço público porque cresceram livres das tarefas estafantes exigidas pelas lides domésticas, em grande parte desempenhadas pelos tantos eletrodomésticos que suas mães e avós adquiriram motivadas pelas propagandas *d'O Cruzeiro*.

Os anos cinquenta foram uma resposta a um momento de conflito. Assim como a Segunda Guerra também o foi. Alguns personagens foram cristalizados. Mulher heroína do lar. Homem trabalhador e provedor. Filhos sorridentes. Propaganda de pasta de dentes. Famílias perfeitas foram criadas para ordem tentar manter, independente do custo, depois de tanto caos. Historicamente penso sempre em processos. Esse universo impecável não trouxe outra coisa senão sua própria negação. A mulher que deveria ficar no lar saiu por ter seu tempo poupado, tendo mudança efetiva em sua vida.

¹⁴ “O tempo que as pessoas gastam cozinhando caiu pela metade. Há 25 anos, eram 90 minutos por dia. Agora não passa de 50”. WARDE, Alan. In *Trust in Food. Época Negócios*, 05/2007. p. 18.



...ganhei
o meu
liquidificador!

Quando meu marido trouxe o meu WALITA - PERFEIÇÃO ABSOLUTA, fiquei realmente satisfeita. Ganhei com a escolha, porque o meu Walita é lindo, mais moderno e mais bonito do que qualquer outro liquidificador. Além disso, posso preparar qualquer receita suavemente, com a velocidade "Toque-Pluma"... e sem nenhum perigo de trincar o copo de vidro "PYREX", que aguenta rápidas mudanças de temperatura. É natural que eu esteja orgulhosa de possuir um liquidificador tão fabuloso, não é mesmo?

Um produto da ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S.A. - São Paulo
Filiais: Rio de Janeiro - Porto Alegre - Recife e Curitiba.

*PYREX - marca registrada da
Corning Glass Works

QUEM
TEM **Walita** TEM TUDO!

¹⁵ Liquidificador Walita. O Cruzeiro, Rio de Janeiro, 03/12/60, p. 43.

Beneuse

Descansa ...

Não lembra que a eterna distância dos caminhos
dentro das noites sempre, solitários, iguais
Não ouve os gemidos que se arastam pelas horas
a dolorosa canção do nunca mais.

Descansa apenas ...

- esquecido de ti, de mim, da noite, do luar

Descansa

que meus dedos passeando em Teus cabelos
escrevam cantigas de ninar.

Dorme ...

Não olhes as folhas

que caídas

pelo chão ...

Nos pardais que o
vento sandeia

Nem lamente
o destino da
fonte.

