

Dignidade, celibato e bom
comportamento:
relatos sobre a profissão de modelo e
manequim no Brasil dos anos 1960*

Maria Claudia Bonadio**

Resumo

Através de relatos orais de ex-participantes do grupo de criação e desenvolvimento da publicidade da Rhodia Têxtil nos anos 1960, o artigo analisa as diferenças e semelhanças de percepções presentes nas lembranças de homens e mulheres sobre a profissão de modelo e manequim e mais especificamente as “manequins exclusivas Rhodia” no período.

Palavras-chave: Modelo e Manequim, Trabalho, Memória.

* Recebido para publicação em março de 2004, aceito em maio de 2004. Dedico este artigo a Vavy Pacheco Borges, amiga e orientadora, sempre tão atenciosa e dedicada, mesmo nos momentos em que ler um texto de pesquisa é, provavelmente, uma tarefa bastante difícil.

** Doutoranda em História Social, Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. mariacbonadio@uol.com.br

Dignidade, celibato e bom comportamento

Self-Respect, Celibacy and Good Behaviour:
Narratives about Fashion Model in 1960's Brazil

Abstract

Through oral accounts from former advertising and development group professionals of Rhodia in the 1960's, the article analyzes differences and similarities in terms of male and female memories on aspects concerning the profession of fashion model, most particularly "Rhodia's exclusive fashion models".

Key words: Fashion Model, Labor, Memory.

De moletom e bota de borracha: breve apresentação

Na época, não existia o sonho, não existia a profissão. Os desfiles aconteciam dentro das confecções, cada confecção tinha uma passarela e uma ou duas manequins fixas que provavam as roupas. Isso era manequim. (...) Quando eu comecei a trabalhar na Pull Sports, eu fui a primeira manequim a ser registrada, mas não era como manequim, era como demonstradora, mas não era comum isso, porque a gente não era registrada, eu já tinha trabalhado antes na Pull Sports e não era registrada nem nada. Aí, me mandaram embora, mas nós viemos depois a ser chamadas de volta, aí a minha mãe disse – eu ainda era menor; não, eu tinha acabado de fazer dezoito anos –: “minha filha tem de ser registrada”.

Ully Duwe¹

A bota preta de borracha e o moletom em cores frias e um pouco sujo de terra contrastam com os cabelos, curtos e vermelhos – quase alaranjados –, que destacam também a pele branca e os olhos verdes. A paisagem é cheia de verde e, não seria exagero dizer, funcionaria como uma boa locação para um editorial de moda.

Mas dessa vez nada de *flashes*. Ulrick Duwe está com 58 anos e, desde meados dos anos 80, deixou de lado as passarelas. O propósito do encontro é recolher um depoimento para o meu

¹ Ully Duwe, (1945-). Nascida na Alemanha e criada no Brasil, iniciou a carreira de modelo e manequim em meados dos anos 1960, desfilando para a confecção Pull Sports. Em 1964 passou a integrar o grupo de modelos da Rhodia, e pouco tempo depois iniciou um namoro com Livio Rangan. Deixou o grupo em 1970 quando do encerramento das promoções de publicidade da Rhodia. No início dos anos 1970 casou-se com o fotógrafo Trípoli, com quem prosseguiu trabalhando como modelo. No mesmo período, junto com Trípoli e Mila (também ex-modelo Rhodia), abriu uma escola de modelos no Rio de Janeiro e teve uma filha. Divorciada de Trípoli, Ully mora em Santana do Parnaíba e há alguns anos vem se dedicando ao ativismo ambiental. Cf: Depoimento de Ully Duwe, Cotia, 06-11-2003.

projeto de doutorado: “O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade (Rhodia S.A. 1960-1970)”.²

Ully, como era então conhecida, dividiu com Mila e Mailu³ nos anos 1960 a condição de estrela do grupo de manequins da Rhodia S.A.⁴, que pode ser considerado o primeiro grupo de modelos e manequins profissionais do Brasil.

Instalada no Brasil desde 1919, a Rhodia S.A. obtém em 1958 as patentes para a fabricação dos fios e fibras sintéticas no Brasil. A Divisão Têxtil da *Rhodia* inicia então o processo de substituição de matéria-prima, tendo como meta a produção de um novo fio e a sua popularização. O último objetivo é alcançado através da publicidade de moda produzida pela empresa, visando

² Projeto de doutorado em andamento financiado pela FAPESP, orientado pela Prof.^a Dr.^a Vavy Pacheco Borges e desenvolvido no departamento de História Social da Unicamp.

³ No final dos anos 1970, Mila, conhecida inicialmente como a manequim da Rhodia do “furinho no queixo”, iniciou carreira na televisão. Desde então, atuou em diversas novelas da Rede Globo, e passou a ser conhecida como Mila Moreira. Atualmente é dona de uma escola de modelos na cidade do Rio de Janeiro. Sobre Mailú há poucas informações, segundo texto de Cyro del Nero, para o catálogo da exposição *Cotidiano/Arte: O consumo* (Itaú Cultural 1999 – 2000), é portuguesa de Goa. Não é possível saber com exatidão a data de sua entrada na Rhodia, mas sabe-se que permaneceu no grupo entre 1964 e 1970. Após o fim do grupo não conseguiu prosseguir a carreira de modelo em razão de sua imagem haver ficado demasiadamente associada à Rhodia. Deu aulas em escolas de modelo na cidade de São Paulo nos anos 1970. Deixou a profissão para dedicar-se à família na década seguinte.

⁴ A empresa, cuja matriz, a *Rhône-Poulenc*, sediada na França, existe desde o início do século XIX, vem atuando no Brasil desde 1919 e tem filiais produtoras de matérias-primas químicas e petroquímicas, espalhadas por todos os continentes. Em terras brasileiras as atividades no setor têxtil datam de 1929, com a implantação da Companhia Brasileira de Sedas Rhodiaseta. Em 1934 a Rhodia iniciou uma parceria com a *Valisère* (que duraria até 1986 quando a empresa foi vendida), produzindo inicialmente lingerie de jérsei maleável. Em 1955 lançou os fios sintéticos, começando pela poliamida (*nylon*), usada inicialmente na confecção de meias e maiôs. Nos anos 60, investiu fortemente em várias frentes do setor têxtil, empenhada em difundir o uso dos fios e fibras sintéticas. Cf: *1919-1969: Rhodia 50 anos*. São Paulo, Rhodia, 1959.

agradar fabricantes, comerciantes e o consumidor, alvo final da produção de fibras sintéticas.

A tarefa de criar um mercado para o fio sintético no Brasil foi confiada à equipe coordenada por Livio Rangan⁵, gerente de publicidade da empresa. Para tanto, optou por anunciar diretamente à consumidora final.⁶ Inicia-se então a produção periódica de editoriais e propaganda de moda no Brasil – produzidos pela Standard Propaganda⁷ – e um processo de popularização dos desfiles de moda que se dá através da associação dos desfiles com números musicais, esquetes teatrais e números de dança. Lançados anualmente na FENIT (Feira Nacional da Indústria Têxtil), entre 1963-1970, os *shows*/desfiles viajavam por todo o Brasil e em alguns casos também ao exterior.⁸

⁵ Livio Rangan (1933-1984), italiano de Trieste, chega ao Brasil em 1953. Inicialmente atua como professor de latim do Colégio Dante Alighieri e repórter do jornal *Fanfulla*. Segundo Licínio de Almeida – amigo e sócio que o acompanhou da década de 1960 até o final da vida – ainda nos tempos em que trabalhava no *Fanfulla* e dava aulas de latim, Livio começou a organizar grandes espetáculos de *ballet* e, por isso, passou a percorrer empresas em busca de patrocínio. Apresentou seus projetos à Rhodia e ganhou a simpatia do então diretor da área Têxtil, Sr. Berthier, e foi contratado para atuar como gerente de publicidade, cargo que exerceu até 1970. Nesse período, impulsionou a produção e as vendas de sintéticos através da publicidade. Cf: Depoimentos de Licínio de Almeida, São Paulo, 10-01-2003.

⁶ Até então, a maior parte dos anúncios da empresa era voltada para as indústrias e confecções, ou seja, o consumidor direto dos fios e fibras sintéticas, e priorizava a propaganda em veículos de comunicação setorializados, como por exemplo, *Química e Derivados* (publicação do grupo técnico Abril) ou *Revista Têxtil* (órgão oficial da primeira escola de tecelagem).

⁷ Fundada em 1933, por Cícero Leuenroth, Souza Ramos e Peri de Campos, a Standard Propaganda – então uma das mais antigas e maiores agências de propaganda do Brasil – foi responsável pela conta da Rhodia nos anos aqui enfocados, a qual ocupava todo um andar do prédio de sete andares da agência, então localizado na praça Roosevelt, no centro de São Paulo. Cf: Entrevista Cícero Leuenroth. *Propaganda*, ano XV, nº 188, Janeiro de 1972, pp.6-11.

⁸ Em 1958 Caio de Alcântara Machado cria a FENIT, primeira feira industrial do Brasil, então instalada nos pavilhões do Ibirapuera em uma área de 20.000 m² –

Dignidade, celibato e bom comportamento

Para realizar o projeto, dentre outras iniciativas, Livio Rangan criou um grupo fixo, que variava de cinco a sete manequins, todas contratadas pela Rhodia. As modelos “Seleção Rhodia Moda” apareciam nos editoriais produzidos para as revistas *Jóia* (editora Bloch) e *Claudia* (editora Abril) com nomes creditados, ainda que tal identificação se restringisse ao primeiro nome ou até mesmo ao apelido criado pelo diretor de publicidade. De qualquer forma, tratava-se de uma novidade e um reconhecimento.⁹

É também em razão dessa iniciativa que as modelos e manequins começam a ter suas imagens publicamente reconhecidas, pois anteriormente as mulheres que exerciam as referidas funções, em sua maioria, não eram profissionais, mas sim moças da sociedade, atrizes e até mesmo *show-girls* que desfilavam eventualmente – o trabalho das profissionais se restringia às passarelas.

Segundo Maria Augusta, ex-sócia-fundadora da Socila (Sociedade Civil pela Integração Literária e Artística) – uma das primeiras escolas de modelos e manequins do Brasil – as “*girls*” eram bailarinas de cassinos que passaram a desfilarem:

vazia e abandonada após as comemorações do IV Centenário em 1954. Durante os dois primeiros anos de existência, a feira deu prejuízo. A partir de 1960, a feira torna-se sucesso de público, recebendo 61.380 pessoas, o que, segundo a revista *Manchete* e o próprio Caio de Alcântara Machado, se deve à apresentação dos *shows* musicais, que passam a atrair grande público para o evento. Dentre as apresentações referidas, destacavam-se os *shows*-desfiles produzidos pela Rhodia no período 1960-1970. Dados coletados durante pesquisa no Arquivo da Alcântara Machado, localizado, à Rua Ceará, 269, Barueri, Alphaville-SP.

⁹ Segundo Bettina Volk, a maior parte dos nomes das manequins creditados nas reportagens de moda em revistas eram apelidos, criados por Livio Rangan com intuito de “melhorar o som” dos nomes. Mila e Mailu – dois dos rostos mais fotografados na publicidade Rhodia – eram nomes artísticos de Marilda Moreira e Maria Luiza dos Remédios, respectivamente. Cf: Depoimento de Bettina Volk, São Paulo, 29-11-2002.

Tinha a Elizabeth Gasper, que era linda! Tinha sido *girl* do cassino da Urca. Tinha Norma Bengel, que era uma gracinha... Mas com a chegada delas as meninas de família foram proibidas de continuar desfilando. As mães não queriam mais que elas se misturassem.¹⁰

Os anúncios ainda eram – em sua maioria – ilustrados com desenhos. Por sua vez, as fotografias que compunham os editoriais de moda eram, em geral, compradas de agências internacionais de notícias como a *UPI* ou a *Dalmas*.¹¹

Reconhecendo a importância das iniciativas de Livio Rangan em direção à profissionalização do trabalho de modelo e manequim, Maria Augusta declara:

Quando começaram os *shows* da Rhodia, o Livio Rangan pegou muitas das minhas meninas – roubou mesmo... Eu não podia fazer nada, afinal tratava-se de uma carreira profissional, e eu as tinha como filhas, queria o melhor para elas.¹²

¹⁰ Cf: Depoimento de Maria Augusta, fundadora da Socila *apud* CARRASCOSA, João. (ed.) *O Brasil na moda (Backstage)*. São Paulo, Editora Caras, 2003, p.891.

¹¹ Até mesmo no que se refere às garotas-propaganda, também eram utilizadas imagens importadas. Maria Augusta relata que em 1956 foi procurada pela Standard propaganda, porque queriam saber se ela não tinha entre suas meninas, nenhuma que pudesse ser a garota-propaganda do programa “Varig a pioneira”, um dos primeiros da televisão brasileira, sobre o que relata: “Mandamos Ilka Soares [conta Maria Augusta] (...) foi um sucesso... Isso me chamou a atenção para o fato de que não tínhamos moças para fazer fotografia de produto aqui no Brasil. Todas as garotas-propaganda eram estrangeiras. Nomes como Gessy Lever e Eucalol já estavam se nacionalizando, mas ainda usavam moças americanas e francesas em sua publicidade, que era toda importada. Com o sucesso de Ilka Soares, resolvemos formar também garotas-propaganda. E daí manequins”. *Id.*, *ib.*, p.892.

¹² *Id.*, *ib.*, p.893.

Dignidade, celibato e bom comportamento

Trabalho fixo, carteira assinada, contrato anual e preparação corporal¹³ são dados que justificam a profissionalização a que Maria Augusta se refere e que caracterizam o início da profissionalização da atividade no Brasil.¹⁴

O fardo e a criação: o peso da profissão

Teve época que eu queria apagar da minha memória. É um processo pessoal. Tanto que eu queimei tudo, toda a minha carreira, dois baús enormes de fotos. Eu queria uma vida nova, eu sabia que aquilo não era meu, acontece que foi um caminho, foi um meio para chegar onde eu estou hoje. (...)

¹³ Em seu depoimento, o coreógrafo Ismael Guiser fez referência ao trabalho corporal que realizou junto às modelos da Rhodia: “Eu tinha a obrigação de coreografar o grupo de manequins; elas não apenas entravam na passarela, elas **entravam fazendo números coreografados, e é também por isso que as modelos eram treinadas**”. Cf: Depoimento de Ismael Guiser, São Paulo, 11-03-2002.

¹⁴ No Brasil, os primeiros registros de desfiles de moda conhecidos são de 1926, trata-se de anúncios e fotografias dos eventos que aconteciam inicialmente na sobreloja da então elegante loja paulistana de departamentos Mappin Stores – primeira loja de departamentos de São Paulo. Nestes tempos, as modelos eram recrutadas entre as funcionárias treinadas por Edward Couch, cenógrafo e vitrinista da loja. Cf: BONADIO, Maria Claudia. *Moda: Costurando mulher e espaço público*. Campinas, Dissertação de Mestrado, IFCH/Unicamp, 2000. Ainda na primeira metade do século XX, os desfiles tornaram-se obrigatórios nas principais casas elegantes do Brasil, dentre as quais se destacavam a Casa Canadá, no Rio de Janeiro e a Madame Rosita, em São Paulo. Tais espaços apresentavam uma moda afrancesada – “em ambientes restritos, casas tradicionais em bairros elegantes” – e vendiam reproduções de modelos europeus e peças importadas. Semestralmente eram promovidos desfiles, os quais aconteciam em clima caseiro e cuja platéia era composta apenas por clientes da alta-sociedade. Cf: CARRASCOSA, J. (ed.) *O Brasil na moda...* Op. cit., p.210. O primeiro passo em direção à popularização dos desfiles de moda, e conseqüentemente da profissão de manequim, ocorre nos anos 1950, quando a empresa de tecidos passa a promover desfiles de moda que viajavam por todo o Brasil junto com o concorrido concurso de Miss promovido pela empresa. Para esses eventos, as modelos eram escolhidas em clubes da cidade do Rio de Janeiro pela jornalista Gilda Robichez e pelo desenhista José Ronaldo. SILVA, Gracilda Alves de Azevedo. *Bangu, 100 anos, a fábrica e o bairro*. Rio de Janeiro, Sábina Produções Artísticas, 1989, p.139.

Maria Claudia Bonadio

Tanto que eu não permitia que as pessoas me chamassem mais de Ully. Para as novas amigas que eu fazia era Ulrick, para ninguém ligar uma coisa com a outra.

Ully Duwe

O trecho do depoimento de Ully Duwe não deixa dúvidas: ter sido modelo nos anos 1960 parece ser um fardo. A leitura de um trecho do depoimento de Bia Slivak, que também atuou como modelo e manequim da Rhodia nos anos 1960, revela o mesmo sentimento – apesar de ela ainda guardar uma coleção de revistas que reúne diversos dos seus trabalhos como modelo:

Como eu estava alienada! Foi uma oportunidade de viver – o que eu vivi em termos de viagem! – , viajar, as pessoas interessantes que eu conheci, mas o trabalho em si, te levava para uma vaidade, para um desamor muito grande que você, como modelo da Rhodia, por exemplo, tinha homem, mas na verdade ele não estava interessado em você, não estava interessado em você, ser humano, os homens queriam desfilarem com uma modelo da Rhodia. Então, houve muita decepção, muito desencantamento (...) e na verdade não era, era uma fantasia, porque na verdade o cara queria desfilarem com a modelo da Rhodia. (...) Era um grupo que carregava um peso... acho que nunca mais eu vi nada parecido. Era o único grupo, não existia outro.

Os dois trechos revelam um ponto comum. Se não é arrependimento – questionadas a esse respeito, todas as entrevistadas afirmam que não têm do que se arrepender, mas ao mesmo tempo tecem críticas à atividade que desempenharam e ao contexto em que ela era desenvolvida e justificam de forma exaustiva o fato de terem se dedicado a ela –, traduzem um elenco de recordações carregadas de juízos de valor desfavoráveis e deixam entrever um embate emocional, em alguns casos ainda não encerrado, pelo fato de terem sido modelo e manequim.

Dignidade, celibato e bom comportamento

No decorrer da pesquisa em andamento, entrevistei até março de 2004, 25 pessoas: 5 mulheres e 20 homens.¹⁵ Entre estes, muito mais numerosos, nenhum relatou algum tipo de pesar pela sua participação na produção e desenvolvimento da publicidade da Rhodia. Ao contrário, os relatos masculinos exaltam o período como um tempo digno de ter sua lembrança perpetuada, pois, como definiu o ex-diretor de arte da Rhodia/Standard, Licínio de Almeida¹⁶:

¹⁵ Até dezembro de 2002, quando consegui contatar Bettina Volk, nenhuma das mulheres contatadas aceitara dar depoimento. Até agora, oito mulheres foram contatadas, mas apenas quatro aceitaram dar entrevistas, duas sequer atenderam ao telefone, outras duas chegaram a marcar data para a entrevista, mas, quando contatadas para confirmação, desmarcaram. Se comparado aos homens, este número é bastante significativo, uma vez que, dos 22 homens contatados, apenas um não retornou a ligação, todos os outros aceitaram participar da pesquisa através de depoimento no primeiro contato. Destaco também que a negociação preliminar, ou seja, o processo de anuência das mulheres em relação ao depoimento, é muito mais complexo do que aquele relativo aos homens. Estes, quando contatados, logo aceitam falar, ao passo que as mulheres freqüentemente questionam sobre a utilidade de seus relatos através de argumentos como: “Não sei se posso ajudar, minha vida mudou tanto”. Tais considerações evidenciam a dificuldade das mulheres em assumir aquilo que Alessandro Portelli denomina “o direito de falar”, que, segundo ele, “não é assumido automaticamente, especialmente entre os grupos socialmente menos favorecidos” – neste caso, as mulheres. PORTELLI, Alessandro. História Oral como gênero. *Projeto História* (22), PUC-SP, junho de 2001, p.18. A história das mulheres, “como a história dos grupos marginalizados em geral”, é uma área em que a história oral tem sido aplicada em grande escala e com bons resultados. COHEN, Yolande. História Oral: Uma metodologia, um modo de pensar, um modo de transformar as ciências sociais? In: *Ciências Sociais Hoje*. São Paulo, Hucitec/USP, 1993, p.267.

¹⁶ Português da Ilha da Madeira, Licínio de Almeida se negou a revelar sua idade. Chegou ao Brasil com 13 anos de idade, para completar os estudos em Salvador. Adulto, transferiu-se para o Rio de Janeiro, onde iniciou carreira na área de publicidade. Tornou-se funcionário da Standard, onde em pouco tempo começou a namorar a secretária e filha do dono da empresa, com quem se casou e viveu até 2002 (ocasião do falecimento de sua esposa). No final dos anos 50, foi transferido para o escritório da empresa em São Paulo. No início dos anos 60, tornou-se diretor de publicidade e passou a atender exclusivamente a conta da Rhodia, função que exerceu até 1970, quando deixou a Standard para fundar,

Maria Claudia Bonadio

Você tinha verba, você tinha dinheiro, um espírito aberto a esse rasgo de criatividade, que era maravilhoso para quem trabalhava. Você podia sonhar. Não é sonhar gratuitamente para fazer brincadeirinha, é coisa em benefício do produto, enfim.

Também o publicitário e atual sócio da DPZ, Roberto Duailibi (que à época era funcionário da Standard e redator das campanhas da Rhodia) destaca a importância do trabalho realizado para a Rhodia, em razão da criatividade e do espírito de inovação a ele inerentes:

É, inesquecível. (...) Nós fomos fazer uma reportagem uma vez em Ouro Preto e, quando nós descemos em Belo Horizonte, o diretor da Standard de lá falou: “Mas por que é que vocês vão para Ouro Preto, lá é tudo velho! Nós temos uns clubes aqui muito modernos!”. Ele não entendeu o espírito e nós queríamos exatamente esse contraste, mostrar a moda brasileira, não se fazia isso no Brasil, ninguém tinha ido fotografar em Ouro Preto, em cima dos telhados.¹⁷

Nestas breves comparações, o que se vê é um grande contraste entre a forma como homens e mulheres (que pertenceram a um mesmo grupo, ainda que exercendo funções diferentes) lidam com as memórias relativas a esse período e atividade. Cabe perguntar: por que o passado das profissionais

ao lado de Livio Rangan e Rodolfo Volk, a agência Gang. Atualmente está aposentado e não exerce mais a profissão.

¹⁷ Roberto Duailibi nasceu em 1935 na cidade de Campo Grande, em Mato Grosso do Sul. Formou-se em Sociologia Política pela USP. Em 1960, tornou-se redator e mais adiante vice-presidente da Standard e passou a trabalhar exclusivamente para a conta da Rhodia. Em 1968, fundou junto com Zaragoza e Petit a DPZ, agência que viria a ser responsável pelas campanhas do Clube Um/Rhodia no início da década de 1970. Cf. Depoimento de Roberto Duailibi, São Paulo, 26-02-2002.

que atuaram como modelo e manequim surge como algo tão conflituoso?

Primeiramente, é necessário uma justificava, afinal trata-se da comparação de depoimentos de ex-modelos e manequins femininos com relatos de homens de área de publicidade, informação que invariavelmente leva às seguintes questões: a Rhodia não tinha manequins masculinos? Não seria mais prudente buscar uma comparação entre profissionais da mesma categoria?

A resposta provavelmente seria sim. O problema é que, ao contrário das manequins femininas, a Rhodia não possuía corpo fixo de modelos masculinos – os quais eram contratados eventualmente – e não investiu significativamente em moda masculina até 1970, quando criou o Clube Um.¹⁸ A opção por trabalhar com depoimentos de homens e mulheres de diferentes áreas se justifica porque foram esses profissionais que permaneceram mais tempo trabalhando junto à publicidade da empresa e formaram uma equipe de trabalho. Além disso, são escassas as referências aos modelos masculinos nos depoimentos (em geral, eles são pouco lembrados e, mesmo quando citados, cita-se apenas seu primeiro nome) e é difícil localizar esses profissionais (nenhum dos entrevistados soube informar o paradeiro ou o contato de algum dos ex-modelos).

Para responder à questão central deste tópico, os conflitos relativos ao passado profissional, é preciso inicialmente entender a condição social das profissionais que atuavam como modelo e

¹⁸ Iniciativa de Livio Rangan, que visava, através da inovação de cortes e cores dos ternos, ampliar o mercado dos fios e fibras sintéticas em direção ao público masculino, até então dominado pelo linho e pelas fibras de algodão. O Clube Um reuniu mais de 10 tecelagens e 20 confecções, apoiadas em amplas campanhas publicitárias que exploravam a vaidade masculina e estimulavam a diferença. Segundo o produtor de moda Fernando de Barros, a iniciativa foi um sucesso e “ternos nas cores verdes e até roxos foram apresentados como moda”. BARROS, Fernando. Assim caminha a moda masculina. CALDAS, Dario. *Homem: comportamento, sexualidade, mudança*. São Paulo, SENAC, 1997, pp.137-138.

manequim nos anos de 1960, e também analisar os relatos de homens e mulheres que atuaram junto ao grupo de publicidade da Rhodia no período de 1960-1970, observando as semelhanças e diferenças no que diz respeito às narrativas referentes ao trabalho das modelos e manequins.

**Da passarela ao “limbo”:
modelos, manequins e o trabalho feminino nos anos 1960**

Dos 49 milhões de brasileiros em condições de trabalhar, cerca de 25 milhões são mulheres e destas apenas 6.500 milhões são economicamente ativas. Dessas que trabalham, quase um terço está na agricultura, pecuária e silvicultura, um pouco mais exerce atividades burocráticas, quase um quinto trabalha em profissões diversas e o resto está na indústria e comércio.

Revista *Visão*¹⁹

Ainda que a participação feminina no mercado de trabalho houvesse se ampliado em relação às décadas de 40 e 50 – até 1940 os relatórios do IBGE registravam pouco mais de 4 milhões de mulheres economicamente ativas²⁰ – o espaço nele ocupado pela mulher ainda era pequeno na década de 1960. Apesar de o artigo 446 da Consolidação das Leis de Trabalho autorizar o trabalho da mulher casada desde 1960, ainda era possível ao marido recorrer à autoridade judiciária competente, caso se opusesse à ocupação profissional de sua esposa. Essa possibilidade, amparada pelo decreto-lei nº 5452 de 1º de maio de 1943, incluía artigos de proteção à ocupação profissional feminina quanto a “horários, licença para gravidez e tipos de trabalho”.

¹⁹ Visão moderna: A mulher, elas por elas. *Visão*, 02 de novembro de 1967, p.34.

²⁰ ID., IB.

Dignidade, celibato e bom comportamento

Entre 1960 e 1970 as taxas de ocupação feminina passam de 16,6% para 18,4%²¹ e as profissões de professora, secretária ou no máximo bibliotecária eram as únicas opções dignas de ocupação reservadas às moças das classes médias²² – declarava à revista *Visão*, a jornalista Ana Arruda, que acabara de fazer um exaustivo levantamento sobre a mulher brasileira.

É das classes médias que provêm as modelos da Rhodia entrevistadas. Bettina Volk relata que aceitou ser modelo da Rhodia com o intuito de juntar dinheiro para pagar o cursinho pré-vestibular:

Eu comecei a fazer o colegial e a intenção era fazer faculdade de psicologia. Na época, tinha um cursinho que era em Santana. Então eu estava trabalhando muito na época em que eu terminei o colegial e não tinha como fazer o tal cursinho, que era básico na época para fazer psicologia. E então eu resolvi que eu ia passar esse ano trabalhando, com tudo o que viesse, já que eu estava liberada para tal, não estava mais na escola e comprava um carro, enfim, resolvi dar uma estruturada porque era uma coisa complicada, era Santana, era muito longe, eu não imaginava na época. Então essa era a minha idéia neste ano, no qual eu acabei entrando na Rhodia.

Ully, por sua vez, relata que utilizou o dinheiro ganho com a Rhodia para comprar um apartamento e um carro. Bia Slivak, descendente de uma família judia que chegou ao Brasil fugindo do nazismo durante a segunda guerra, parece haver sido um pouco mais endinheirada, pois ela relatou ter uma boa formação artística:

²¹ Sobre a taxa de ocupação feminina ver: MEDICI, André Cezar. *Urbanização e transformações estruturais na força de trabalho no Brasil: Notas para uma discussão. Anais do VI Encontro Nacional de Estudos Populacionais*, vol 2, Olinda-PE, ABEP, 1988, p.101.

²² *Visão moderna...* Op. cit., p.34.

Maria Claudia Bonadio

Eu fiz FAAP, fazia gravura, fazia desenho, escultura, *ballet* e piano. Tinha uns artistas “cabeças”. Foi antes de ela virar faculdade. Tive uma base muito boa, com artistas muito bons, era um mundo muito rico, [eram] muito interessantes todos os artistas que estavam ali, estavam começando, depois eu continuei, fiz aqui, fiz fora, fiz um currículo legal.

É diante desse quadro que as modelos e manequins da Rhodia se apresentam. Se ainda havia resistência ao trabalho feminino, que dizer então daqueles de modelo e manequim? Afinal, o ofício consiste numa espécie de “aluguel” da imagem corporal para trabalhos publicitários que mobilizam

habilidades expressivas que atraem o olhar, que sugerem comportamentos e estilos de vida e que representam o tipo de pessoa que se quer associar ao produto; desfilam em passarelas ou em espaços determinados, onde sincronizam movimentos conforme a música e a coreografia, adotando expressão facial e corporal pré-estabelecida, para expor coleções de moda, detalhes do produto e acessórios, em *show* e *show room* de moda; cuidam da aparência e concentram-se na linguagem corporal.²³

Além da exposição da imagem, as trabalhadoras da área também estavam sujeitas a conviver com uma rotina de trabalho noturno e viagens que as colocava numa posição social pouco confortável, pois ainda que ser modelo Rhodia fosse considerado pelas modelos, pela imprensa e pelo público em geral o auge da carreira no Brasil dos anos 1960 – “(...) na época era o que tinha de mais... não tinha nada que fosse mais importante do que ser modelo da Rhodia. Ser modelo da Rhodia era assim um *must*, era um grupo muito fechado”²⁴ –, exercer tal ocupação exigia uma atitude corajosa que reclamava força e determinação para

²³ Definições da profissão de modelo e manequim, retiradas do site oficial do Ministério do Trabalho: <http://www.mtb.gov.br>

²⁴ Cf: Depoimento de Bia Slivak, São Paulo, 21-07-2003.

Dignidade, celibato e bom comportamento

suportar a carga de preconceito social. A associação do próprio corpo com uma mercadoria as aproximava da condição de “discurso sobre o objeto e elas próprias objetos”.²⁵

Essa percepção social das modelos e manequins fica bastante evidente nos relatos das ex-profissionais. Eidi Poletti, integrante da “segunda linha”²⁶ de modelos e manequins – profissionais que atuavam como *free-lancer* e desfilavam *lingeries* e peças de banho nas FENIT e em desfiles exclusivos para revendedores –, conta que deixou de lado o convite para integrar o grupo principal da Rhodia em 1963 para se casar²⁷, assim refletindo sobre a escolha então realizada:

Eu acho que eu antecipei esse casamento porque eu tinha uma educação muito provinciana; eu morava em um bairro aqui em São Paulo que hoje é uma periferia muito ruim, chama-se Santo Amaro. As famílias de lá, como minha família, eram famílias antigas, tinham um preconceito muito grande. Modelo desfilou? Era puta, era puta. Veja, eu me casei virgem, não tinha nada a ver uma coisa com outra, mas dentro da moral... Eu não tive estrutura para sustentar, então eu tive de me casar, para limpar esse preconceito. Eu me casei, era uma moral muito rígida. Cada fotografia que saía em revista e jornal era um comentário muito forte.²⁸

²⁵ BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo, Perspectiva, 2002, p.174.

²⁶ Segundo Mário Gatti, ex-assistente de Livio Rangan, as modelos “primeira linha” não faziam *lingerie*, não faziam maiô, só faziam alta-costura e *prêt-à-poter*.” Cf: Depoimento de Mário Gatti e Bigú (Antônio Aurélio) São Paulo, 27-02-202.

²⁷ “Quando foi a ocasião que era para ser feito um contrato fixo com a Rhodia, eles iam fazer uma coleção chamada Brazilian Look, e eles viajaram, se não me engano foram para o Japão fotografar – porque era uma coisa suntuosa, uma potência. Aí eu casei, eu deixei eles.” Cf: Depoimento de Eidi Poletti. São Paulo, 10-02-2003.

²⁸ Eidi Poletti contou que ficou casada apenas três anos! Logo depois se separou, voltou a estudar e tornou-se compradora de moda de grandes lojas, como por exemplo a Mesbla e Marisa, posteriormente se tornou dona de confecção.

A leitura desse depoimento permite concluir que, em referência à moral, ou seja, ao “conjunto de valores ou regras de ação propostas aos indivíduos e aos grupos por intermédio de aparelhos prescritivos diversos”²⁹, como é o caso da família, ser modelo e manequim era socialmente percebido como transgressão, como fica evidente, mais uma vez, no depoimento de Bia Slivak:

Era preconceito muito grande, da família, de todo mundo. Ser modelo era ser puta. Tinha isso, estava muito caracterizado. Modelo é fácil, modelo é puta, transa, faz programa. Tinha uma coisa muito forte, muito forte.³⁰

Bettina Volk partilha das opiniões de suas ex-colegas de profissão. Questionada sobre como era ser modelo e manequim nos anos 1960, respondeu:

Não era muito bem vista, claro. Eu perdi amigos na época, porque existia exatamente essa diferença, entre as mulheres que eram para casar, aquele modelo clássico, “família”, e as “vagabundas”. Então vamos pensar que a manequim era algo no meio desse caminho. E tinha, lógico, nesse começo de momento sociológico, as feministas, aquela coisa de queimar sutiã, aquela coisa de “quero ser feia”. **Em que lugar se localiza uma manequim, uma modelo, nesse meio? Não necessariamente é puta e também não é feminista; mas também não é certinha, dona-de-casa para casar. Na verdade fica num limbo, é uma coisa no meio do caminho de todos os caminhos, é uma espécie de limbo.**

Atualmente é dona de uma boutique no bairro do Morumbi e eventualmente cria figurinos para teatro.

²⁹ FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 2: O uso dos prazeres*. Rio de Janeiro, Graal, 1984, p.27.

³⁰ Cf: Depoimento de Bia Slivak. Op. cit.

Dignidade, celibato e bom comportamento

O conjunto de depoimentos das ex-profissionais e em especial o de Bettina Volk – cuja formação profissional em Psicologia deve ser destacada – levam a crer que ser modelo e manequim no Brasil dos anos 1960 era uma posição complexa, repleta de conflitos morais e de difícil aceitação social.

Vozes dissonantes: homens, mulheres e lembranças de um passado em comum

Toda voz feminina é potencialmente dissonante das histórias existentes. As dissonâncias são parte da contínua “modernização” da música e da arte do nosso tempo: a multiplicidade e a pluralidade das vozes que fazem a narrativa.³¹

Um mesmo tempo, um mesmo lugar, diferentes experiências. É assim que Luisa Passerini, Selma Leydesdorff e Paul Thompson definem as experiências de gênero em relação à memória.

No que se refere à profissão de modelo e manequim, entre os entrevistados há um consenso: Livio Rangan dignificou a profissão, tornou-a limpa e ofereceu às modelos a oportunidade de viajar “pelo mundo inteiro com as maiores mordomias. Nos bons hotéis, eram tratadas com dignidade”.³² Também a beleza das moças é bastante lembrada:

A Sandra, uma das mais bonitas, era inglesa; a Patrícia, inglesa; e uma que estourou e que está aí ainda é Lucia, que se casou com o Sr. Walter Moreira Salles. Lucia era uma maravilha como mulher, você ria com aquela gaúcha,

³¹ LEYDESORFF, Selma; PASSERINI, Luise; THOMPSON, Paul. *Gender and Memory*. Oxford, Oxford University Press, 1996 (*International Yearbook of Oral Histories and Life Stories*, v. IV) apud LEYDESORFF, Selma. Desafios do transculturalismo. In: *História Oral: desafios para o século XXI*. Rio de Janeiro, Casa de Oswaldo Cruz, Editora Fiocruz, CPDOC/Fundação Getúlio Vargas, 2000, p.77.

³² Cf: Depoimento de Licínio de Almeida. São Paulo, 10-01-03.

era uma morena lindíssima, que fez sucesso, porque ela era muito despachada.³³

De modo geral, os relatos masculinos privilegiam os avanços, as vantagens e os cuidados da publicidade da Rhodia no que se refere à profissão de modelo e manequim, como se nota em outro trecho do depoimento de Licínio de Almeida:

Livio dignificou a profissão. Até então, eu me lembro de algumas manequins de algumas firmas aqui em São Paulo, elas eram tratadas como sambistas, prostitutas, porque as sambistas não tinham nem registro em carteira, porque não consideravam profissão ficar cantando. Manequim era uma mulher bonita, que era namoradinha do filho da confecção (...). A moça ficava um ano, dois, acabava o namoro, acabava o contrato. O Livio acabou com essa história. Elas eram muito bem tratadas, mas eram disciplinadas, tinham de fazer tudo certinho. Eram a “cara” da Rhodia, porque elas estavam em capa de revista, editoriais de moda, tudo, estavam as seis ou sete manecas da Rhodia. Elas eram um símbolo. [e prossegue]

Você tem a confecção, eu faço anúncio para você de graça, mas quem é que aparece lá vendendo a sua roupa? As manequins da Rhodia. As manequins estavam em todos os anúncios, seja de quem for, de tecelagem de confecções, as manecas, sempre, obrigatoriamente estavam lá. No fundo elas estavam vendendo seu produto muito bem, de graça – nem um centavo, não gastavam nada e estavam sendo divulgados. As marcas tinham um *status* e a Rhodia estava se promovendo pra burro!

As narrativas construídas pelos homens que compunham o grupo de criação e produção de publicidade da Rhodia tendem a transformar Livio Rangan em uma espécie de gênio da propaganda brasileira. Além de adotar políticas publicitárias que

³³ ID., IB.

Dignidade, celibato e bom comportamento

impulsionaram a moda brasileira e dignificar a profissão de modelo e manequim, ele teria sido também um dos responsáveis pelo crescimento da indústria têxtil nacional, no entendimento do publicitário Roberto Duailibi:

O Livio tem essa importância histórica pontual exatamente. Você pode dizer: “foi um produto da circunstância histórica”; não foi, ele fez a história, ele provou muito mais a tese do Hegel do que a de Marx. O Marx defendia que a pessoa, os fatos históricos são consequência dos fatos históricos, das circunstâncias. Enquanto que o Hegel dizia que não, que os fatos históricos são consequência de uma criatura humana ou de um grupo liderado. Livio criou a história, ele não esperou que a história acontecesse.³⁴

A dimensão dos feitos de Livio Rangan na publicidade brasileira, expressa nas palavras de Roberto Duailibi, é confirmada em dados numéricos. A contar de 1965, a Rhodia surge sempre entre os primeiros lugares nos *rankings* das maiores empresas do Brasil³⁵ e os investimentos em publicidade eram então os maiores responsáveis pelo crescimento da empresa. Em 1965, ela é o 8º maior anunciante do Brasil no que se refere à propaganda mensurável – ou seja, anúncios em revistas e jornais e *outdoors* –, das quais 95% são estreladas por modelos.³⁶

Os depoimentos femininos não deixam dúvida acerca dos esforços de Livio Rangan em transformar/melhorar a imagem das profissionais; entretanto não fazem referência à importância das práticas publicitárias adotadas por ele para o crescimento da

³⁴ Depoimento Roberto Duailibi, op. cit.

³⁵ “As 10 maiores empresas, 1967: Por renda per capita + reservas: Rhodia 9º lugar; Por lucro bruto: 5º lugar; Por lucro líquido: 8º lugar”. Em 1969, a empresa aparece apenas na tabela de lucro bruto, na qual ocupa o 9º lugar. Cf. *Visão* 07-09-1968 e 29-08-1969.

³⁶ Cabe ressaltar que, segundo dados da revista *Visão*, em 1959 o investimento feito pela Rhodia em publicidade foi insignificante. Cf. A imagem se ajusta à realidade. *Visão*, 7-12-1967, p.37.

Rhodia e da industria têxtil no período, exceção feita a Ully Duwe, que assinala:

Hoje eu reconheço a importância do trabalho do Livio, do trabalho do Cyro Del Nero. Eu tenho a impressão de que o Livio devia dar asas! Quando ele inaugurou aquele estúdio na treze de maio, eu achei aquilo *hollywoodiano*. E o Cyro fazia aqueles cenários! Eu me lembro de um cenário que ele fez, era para fotografar como se fosse em cima dos telhados de uma cidade. Então ele fez todos aqueles telhados e alguns lugarezinhas onde colocávamos o pezinho. Quando fotografávamos, tínhamos de ficar duras. Duras! O Livio dizia assim:

“Tá ótimo Ully, não se mexa!”

Aí, daqui a pouco: “Mimi!” – Mimi era a que cuidava de tudo. “Mimi, tem uma dobrinha aqui.”

Porque a Rhodia vendia tecidos e a Mimi ia lá, deixava tudo perfeito, sem dobras. Ela subia aquele telhado com dificuldade, aquela coisa toda. Colocava um alfinete, uma fita crepe, deixava todas nós lá, durinhas.

De modo geral, as falas femininas nesse contexto são sempre mais pessoais e detalhadas, como se nota no depoimento de Eidi Poletti, a qual destaca, que dentre os lugares em que trabalhou, “o lugar mais profissional era a Rhodia. Era uma firma muito limpa e pagava muito bem”. E compara:

Eu desfilei para uma firma, uma confecção, que o dono, era ah... que o dono se chamava W. (...) na hora do almoço e eu provava. Quando ele marcava desfile para os clientes, então, tinha um biombo, uma salinha especial para isso, e eu lembro que ele falava que eu tinha de experimentar uns biquínis, mas ele não fabricava uns biquínis, não vendia biquínis. Ficávamos eu e ele na fábrica, ele levava os biquínis, eu punha os biquínis, ele ficava sentado, eu punha os biquínis e vinha, ele só via. Aí a diretora de moda da época ficou minha amiga, ela era

Dignidade, celibato e bom comportamento

uma mulher já vivida, naquela época ela já era desquitada, (desquitada era um caos)! E aí ela perguntou o que é que eu fazia na hora do almoço, e aí eu disse:

– Ah eu tenho de experimentar uns biquínis para o seu fulano.*

E ela:

– O queeee?

– E aí acabou, nunca mais ele pediu; quer dizer, ela deve ter ido falar com ele alguma coisa. Na Rhodia, nunca eu senti alguma coisa, lá era tudo muito profissional, muito bom.³⁷

Os demais depoimentos femininos coletados seguem essa linha de raciocínio. Confrontando-os com os masculinos, é possível afirmar – como já notou Adriana Piscitelli em seu estudo sobre as famílias das elites cafeeiras no Brasil – que homens e mulheres apresentam relatos estruturados em diferentes formas narrativas, estilos de expressão e enfoques temáticos.³⁸ Tomo como exemplo o depoimento de Bettina Volk, que confirma os privilégios citados, mas revela também a condição de uma profissional, que sofre pesada carga de preconceito social em razão de sua ocupação, ao mesmo tempo em que, para configurar a “imagem pública da marca”³⁹, tem de abrir mão de sua identidade e sofrer extremo controle sobre seu comportamento. É ela quem exemplifica:

A Tetê foi mandada embora para eu entrar porque ela tinha saído com alguém. Em Petrópolis – apresentamos espetáculo em Petrópolis – ela havia saído com alguém e

* Nome omitido pela autora do artigo.

³⁷ Cf: Depoimento de Eidi Poletti, op. cit.

³⁸ PISCITELLI, Adriana. Love and Ambition: Gender, Memory, and Stories from Brazilian Coffe Plantation Families. In: LEYDESDORFF, S.; PASSERINI, L.; THOMPSON, P. *Gender and Memory*. Op. cit., p.91.

³⁹ Cf: QUICK, Harriet. *Catwalking: A History of the Fashion Model*. New Jersey, Wellfleet Press, 1997, p.69.

foi mandada embora. Existia toda uma coisa bastante fechada. [E prossegue] Você não podia sair, era um “colégio de freira”, falso, mas enfim... Nós saíamos, por exemplo, nas viagens nós saíamos sempre acompanhadas, não podíamos sair sozinhas. Mesmo em São Paulo, o Livio controlava nossa vida. Nós não podíamos aparecer na mídia sob nenhuma circunstância se não fosse a de manequim da Rhodia, nada de vida particular. Manequim da Rhodia não tem vida particular.⁴⁰

Bettina Volk relata ainda que, mesmo diante do controle, sempre era possível “burlar” a vigilância e exemplifica relatando um episódio em que ela e Mila Moreira foram separadas do grupo:

Estávamos de castigo por termos desobedecido o Livio, então todo mundo foi para a Europa fazer uma matéria, na Bélgica e na França, que era o sonho de todos, estar sempre indo para a Europa. Na época o *top* era ir para a Europa, então o resto da equipe foi para lá e nós fomos com o Mário para Hollywood. [E prossegue] **Resolvemos sair sozinhas uma vez para uma boate, e ele foi procurar a gente. Mas o Livio não ficou sabendo. Então nós fizemos essa viagem que na verdade era para ser... “ralé”, um castigo! E foi a melhor viagem de todas, foi *top*, e todo mundo morrendo de inveja da gente.⁴¹**

Bia Slivak também faz referência aos cuidados da equipe de publicidade da Rhodia com as modelos:

Não era dito, mas eles tomavam um cuidado muito grande conosco. E eu não me lembro de ninguém dando escândalo, ninguém. Eram comportamentos bem decentes, bem corretos. Por debaixo dos panos, o Livio era um garanhão, mas tinha lá as amantes dele, a Mila era amante dele, depois foi a Ully. Nós tínhamos conflitos internos, mas

⁴⁰ Depoimento de Bettina Volk, op. cit.

⁴¹ ID., IB.

Dignidade, celibato e bom comportamento

ninguém abria a boca, não comentava. Tinha fulana – eu não vou nem falar agora, depois de tantos anos – que namorou com um cara da Manchete, ele vinha a São Paulo... rolavam essas coisas porque é normal, mas tudo com muita discrição, sem escândalo, sem deboche, sem revistas, sem jornais, isso não tinha não, e o grupo era muito bem protegido, o Mário era o que cuidava, ele protegia as modelos.

Como se vê, ao contrário do que acontece nos dias atuais, a maior pressão sofrida pelas referidas profissionais não recaía sobre o peso e as formas corporais, mas sim sobre o comportamento pessoal. Namorar homens que não pertenciam ao grupo Rhodia/Standard e sair à noite desacompanhada eram atividades não permitidas. Dentro e fora do trabalho tais profissionais deveriam manter comportamento exemplar.⁴²

Ao contrário de Bia Slivak e Bettina Volk, que pareciam bastante incomodadas com o excesso de controle, Ully Duwe é a única ex-modelo entrevistada que “assina embaixo” do controle comportamental adotado por Livio Rangan em relação às manequins:

Ele tinha de puxar mesmo; afinal de contas, a gente estava ganhando muito bem, não estava lá para ser dondoca, não estava

⁴² Os relatos permitem concluir que Livio Rangan controlava de perto o comportamento das modelos e manequins no que dizia respeito aos namoros e ao comportamento de modo geral. Calado relata que, por ocasião do *show Build-Up*, Rita Lee – atração principal do show – e as manequins Malu e Inês estiveram na casa do cantor Juca Chaves após o término de um espetáculo da temporada carioca. O local, segundo o autor, era um “ótimo lugar para se fumar um baseado (...). Ou mesmo tomar xarope (o infalível Romilar), uma das predileções psicodélicas de Rita e das meninas na época.” E prossegue: “no dia seguinte, o tempo fechou no teatro. Livio Rangan (...) passou a maior descompostura em Rita, Inês e Malu. Como represália decretou que nenhuma delas iria receber o próximo pagamento”. Cf: CALADO, Carlos. *A Divina Comédia dos Mutantes*. São Paulo, Editora 34, 1995, p.232.

lá para ficar catando marido rico, não era nada disso, era trabalho. O que o Livio exigia de nós: como não íamos todo dia, ligávamos todo dia ao meio dia e às cinco. (...) eu era totalmente quadradona, alemanzona, profissional. Era meio dia, eu estava na frente do telefone. Eu não tinha telefone em casa, era telefone público. Eu ia lá na padaria, pronto, já sabe, tim-tim-tim, já sabia, era eu. E eu entendia perfeitamente. Está certo, eu já estou em casa. Está certo, a gente não podia sair e tinha de dizer onde estava, porque, se acontecia alguma emergência e precisávamos fazer rapidinho, tinham de saber onde estávamos. Afinal de contas, ganhávamos um super salário. Com o salário eu comprei um apartamento para mim ali na alameda Ribeirão Preto, pertinho da Brigadeiro com a avenida Paulista, em 24 vezes. Quem é que compra um apartamento assim? Comprei o meu carrinho, podia financiar as minhas coisinhas. Eu tinha aquelas coisinhas que eu adorava, eu ia ao cinema legal. Eu avisava assim: “olha, hoje eu estou indo no cinema”, então cinco horas eu te ligo – eu ia no cinema de tarde, eu não saía de noite. o Livio não queria que a gente andasse em baladas, (...) e ter de trabalhar no dia seguinte com a cara cinza cansada! E já que nós estávamos recebendo pelo que a gente representava, pelo que a gente era, eu não achava puxado, nem profissionalmente e nem particularmente.

No que se refere aos cuidados com a aparência e em especial com o peso do corpo, o controle era menor, o que fica evidente após a observação de um conjunto de peças publicitárias Rhodia, nas quais a flutuação de peso em algumas modelos é bastante visível. Também o relato de Bia Slivak aborda o tema:

Não tinha essa coisa de regime que você vê hoje, a mulherada se matando, passando fome, não sei se eu já era naturalmente magra... E, às vezes, se alguma delas fazia regime era uma coisa que não se comentava, não se ouvia falar. A gente trabalhava o dia inteiro ali na Treze de Maio, ali no Bixiga – onde tem as cantinas –, acabava o trabalho,

Dignidade, celibato e bom comportamento

ia todo mundo para a cantina, comia massa, tomava vinho (...)⁴³

Questionada sobre o mesmo assunto, Bettina Volk respondeu:

Não precisava passar vontade, por exemplo. Porque na Rhodia a gente tinha tudo pago e viajava adoidado para lugares maravilhosos, falava: “Meu, tem de parar de comer um pouco!” Mas em todas as viagens a gente engordava, sempre engordava, era terrível, mas não tinha essa necessidade tão intensa que tem hoje, de estar magra. Estar magra sim, mas não era essa coisa tão forte que é hoje. Você fala, “não podia engordar”, toda viagem a gente engordava, no final dos *shows* a roupa estava toda apertada. Claro, 3 meses, só fazíamos um desfile em cada dia, o resto do tempo ficávamos na praia e comendo, porque a gente não podia sair.⁴⁴

A tolerância em relação aos cuidados com a aparência surge como conseqüência da pressão sobre o comportamento social das modelos e manequins da Rhodia. Toleravam-se uns quilinhos a mais, entretanto não era permitido ter vida própria, sair, passear e manter relacionamentos afetivos. Exceção era feita a namoros e casamentos dentro do grupo, uma vez que o próprio Livio Rangan, apesar de oficialmente casado com a bailarina e atriz Suzana Faini durante todo o período em que atuou nos *shows* da Rhodia, namorou duas das suas principais estrelas – Mila e Ully,

⁴³ Depoimento de Bia Slivak, op. cit.

⁴⁴ Idéia corroborada por Licínio de Almeida: “você tem físico, mas não pode comer feijoada, ficar uma balofa. Naquele tempo não havia as anoréxicas, hoje há mulheres lindíssimas, mas são uns esqueletos andantes. Naquela época, as manequins, algumas tinham um corpo bonito. Como eu digo: elas não faziam regime para ficar magra, faziam regime para não engordar.” Cf: Depoimento de Licínio de Almeida. São Paulo, 10-01-03.

nessa ordem. Bettina Volk casou-se com o relações públicas internacionais Rodolfo Volk, então assistente de Livio Rangan.

Os relacionamentos no interior do grupo provavelmente eram aceitos, porque nesses casos, relata Bia Slivak, Livio Rangan tinha possibilidade de exercer maior controle sobre o comportamento das modelos.

Havia por parte de Livio Rangan uma rígida vigilância sobre o comportamento social do grupo de modelos, provavelmente em razão da sua preocupação em resguardar a dignidade, o *status* das profissionais e, conseqüentemente, a marca por elas conotada.⁴⁵ Como fica evidente no depoimento de Ully:

Tinha uma espécie de celibato. Era uma época muito machista, **as mulheres que eram manequins tinham fama de que eram putas, de que eram fáceis.** E o Livio Rangan queria formar um time que tivesse mulheres que fossem admiradas e respeitadas, porque a gente viajava muito e de alguma forma, nós representávamos o Brasil, o que o Brasil podia representar de melhor, uma boa aparência, uma aparência limpinha era importante. E naquela época, o moral ou a moral, não sei, era importante. O Livio não queria mulheres que ficavam difamadas. E o Livio, o que é que ele queria? **Sair com uma manequim da Rhodia, para ele era promoção, o Livio não queria que a gente virasse objeto de promover qualquer boyzinho, filhinho de papai.** [e enfatiza] **Você tem de ser um cabide** e mostrar o melhor da roupa para vender aqui, vocês têm de vender a roupa. Você tem de ser o mais discreta possível e valorizar a roupa.

Mário Gatti, ex-assistente de Livio Rangan, relatou que a maior parte das modelos e manequins da Rhodia

tinha um padrão de apresentação marcado por uma certa dignidade, uma certa, nobreza. Eram pessoas de nível alto.

⁴⁵ Cito aqui palavras de Mário Gatti. Cf: Depoimento de Mário Gatti e Bigú, op. cit.

Dignidade, celibato e bom comportamento

Agora, isto é o que a gente chamava de primeira linha. Elas não faziam *lingerie*, não faziam maiô, só faziam alta-costura e *prêt-à-porter*.

O mesmo depoente destacou também que grande parte das profissionais contratadas era proveniente da SOCILA, então renomada escola carioca de etiqueta, postura, elegância e beleza dirigida às moças que debutavam na sociedade.

As exigências e os cuidados de Lívio Rangan parecem ser consequência de uma política publicitária adotada por ele, que concebe as modelos e manequins Rhodia como indivíduos “em companhia, em sociedade e em relação ao vínculo estabelecido com o outro”, ou seja, sujeitos, vistos, observados, aprovados ou não pelo outros, no caso, pelos consumidores.⁴⁶

Levando-se em conta que a publicidade, quando incumbida de lançar um novo produto, precisa valer-se de “imagens preexistentes na cultura, mesmo que em estado latente ou dormente”⁴⁷, o discurso publicitário deve estar conectado não apenas à norma lingüística vigente no grupo a que se destina, mas também aos valores sócio-culturais e ao sistema ideológico no qual e para qual a mensagem foi produzida. Sua eficácia depende da incorporação da linguagem da coletividade, de seu universo ideológico e semiológico e de sua tradição cultural.⁴⁸

O rígido controle de comportamento adotado por Lívio Rangan provavelmente vai ao encontro dos anseios tanto do comércio e da indústria quanto do público alvo – mulheres das camadas médias, em geral casadas, que, apesar de estarem se

⁴⁶ HAROCHE, Claudine. *Da palavra ao gesto*. Campinas, Papirus, 1998, p.45.

⁴⁷ FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. “*Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*”. *Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo, HUCITEC, 1997, p.19.

⁴⁸ MARANHÃO, Jorge. *A arte da publicidade: estética, crítica e kitsch*. Campinas, Papirus, 1998, p.167.

inserindo no mercado de trabalho de forma crescente, ainda tinham por maiores valores o casamento e a família.⁴⁹

**A bolha mágica de brilho:
modelo e manequim, profissão e fantasia**

Ser modelo Rhodia tinha assim uma bolha mágica de brilho, ser modelo Rhodia era o sonho de todo mundo, das meninas, das mulheres, dos homens. Sair com uma modelo Rhodia, nossa, era assim...!

Bia Slivak

Ao rememorar, os indivíduos estão construindo o sentido da imagem de si, para si e para os outros. Isto é, a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida, referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mas também para ser percebida da maneira como quer ser percebida pelos outros.⁵⁰

Enquanto Ully Duwe considera que para ser modelo e manequim nos anos de 1960, era preciso ser um “cabide”, Bettina Volk define o trabalho no período como

algo fora do universo, dentro de uma coisa totalmente mágica, era uma coisa assim, “Alice nos país das Maravilhas”, nada era real. [E completa] Não existia uma crise econômica no país nessa época, por exemplo. Nós só viajavamos de primeira classe, só viajavamos e ficávamos em hotel cinco estrelas, comíamos de graça do bom e do melhor. Viajavamos à beça, quando as pessoas não viajavam. Hoje é normal pegar um avião e viajar, naquela

⁴⁹ Cf: BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres. Revistas femininas e relações homem-mulher 1945-1964*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1996, pp.204-206 e 238-239.

⁵⁰ POLLAK, Michael. Memória e Identidade social. *Estudos Históricos*, nº 10, 1992, p.204.

Dignidade, celibato e bom comportamento

época não, era só uma classe muito especial. A gente fazia isso todos os dias, toda hora. Então eu diria que não dá para colocar isso numa categoria mais genérica, é um grupinho à parte, é bem subúrbio mesmo, é um lugar totalmente à parte de tudo o que era a realidade. Manequim era uma classe totalmente apolítica, modelo era uma categoria totalmente apolítica, **nós estamos falando de uma época que era a ditadura, a gente não sabia o que era ditadura. Eu fui adquirir isso muito depois.**⁵¹

Coexiste com o caráter fantasioso da profissão, nos relatos das ex-profissionais, o fardo de tê-la exercido. Isso provavelmente se dá porque, ao rememorar, as mulheres estão também realizando uma reavaliação de suas ações e, como nota Contardo Calligaris, justificando ou inventando um novo sentido para a vida sob o olhar de Deus, sob um olhar que elas estimam ser o seu próprio, ou ainda, sob o olhar dos outros.⁵² Provavelmente por essas razões, um ponto comum nos depoimentos diz respeito à alienação política inerente à profissão e à reavaliação do comportamento para encarar a carga social do trabalho, como fica evidente no depoimento de Bia Slivak:

Quando você tem dezesseis, dezessete anos, fazendo sucesso era uma transformação maluca, como pessoa. De repente estava com aquele cabelo leoa, uma maquiagem absurda, virava um outro ser humano, uma figura... e isso atinge a vida da gente de forma prematura, você começa a fazer um sucesso maluco e não tem estrutura de cabeça, entendeu? Você tem habilidades, mas você não tem estrutura.

Finalmente cabe observar que, apesar de toda a carga social:

⁵¹ Depoimento de Bettina Volk. op. cit.

⁵² CALLIGARIS, Contardo. Verdades de autobiografias e diários íntimos. *Estudos Históricos*, nº21, 1998 (1).

Maria Claudia Bonadio

Esse grupo foi abrindo espaço, sendo [as modelos] mais livres, mais liberais, iam se jogando no mundo. Era um grupo que carregava um peso... acho que nunca mais eu vi nada parecido. Era o único grupo, não existia outro.

E segundo relata Bia Slivak:

Conforme foram passando os anos, houve uma mudança, aí passou a ser bacana. O que acontecia? O pessoal de sociedade, essas mulheres queriam todas ser modelo, todo mundo queria ser modelo, houve uma mudança, mudança de cabeça, mudança de costumes, mudança de sociedade. Houve uma mudança muito grande de comportamento.

As mulheres que atuaram como modelo e manequim nos anos 1960 – ainda que enfrentassem preconceito social em razão de a publicidade de moda transformar a imagem corporal das modelos em capital, objeto de consumo e mercadoria, o que acaba por associá-las à prostituição⁵³ – podem ser vistas também como transgressoras do **sistema prescritivo cultural dominante** e provavelmente colaboraram para abrir um valioso espaço social, diversificando as oportunidades de trabalho para a mulher, ou modificando a forma como era vista a presença imagética feminina na imprensa.⁵⁴

Infringir regras – como exemplificou Bettina Volk – era também outra oportunidade de rebelar-se contra os objetivos para os quais elas haviam sido programadas, num sutil movimento de fissura que “nasce no interior do próprio consentimento, quando a

⁵³ PORTINARI, Denise. A última fronteira: repensado o corpo na contemporaneidade. In: CASTILHO, Kathia e GALVÃO, Diana. *A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo, Esfera, 2002, p.145.

⁵⁴ FOUCAULT, M. *História da Sexualidade...* Op.cit. p.26.

Dignidade, celibato e bom comportamento

linguagem da dominação se encontra reempregada para marcar uma resistência”.⁵⁵

Ainda que cite as mudanças no comportamento, a liberalização nos costumes e até mesmo a total inversão de valores, que faria da profissão que exerceram uma atividade muito valorizada nos anos 1990, as ex-modelos parecem ainda carregar o peso da memória de haverem sido – como bem definiu Ully Duwe – um “cabide”! Parece faltar a essas ex-profissionais a percepção de que elas foram agentes de transgressão e mudança, com conseqüências sobre a imagem e o papel da mulher no Brasil.

Isso provavelmente se explica em razão do deslocamento social das modelos e manequins nos anos 1960, observado por Bettina Volk:

não eram feministas, nem donas-de-casa e também não eram putas! Tampouco eram *misses*, as quais tinham de ter no máximo 18 anos, serem virgens e andarem sempre acompanhadas das mães, que “viviam brigando nos bastidores”: A modelo não, nesse sentido, ela tinha menos mãe.

Há de se frisar também que esse é um momento em que amores e trabalho se entrecruzam de diversas formas, há os casos em que o interesse dos homens não recaía sobre pessoa da modelo e manequim, mas sim sobre a simbologia e o *status* que ela representava, como relatou Bia Slivak. E há ainda os casos – como o de Bettina Volk e Ully Duwe – nos quais os amores surgiram ali, no ambiente de trabalho. Lembrar o passado é então reviver as felicidades, as alegrias e decepções inerentes às relações afetivas. A referência às relações afetivas foi uma atitude observada exclusivamente nos relatos femininos; neste estudo, os

⁵⁵ CHARTIER, Roger. Diferenças entre os sexos e a dominação simbólica (nota crítica). *Cadernos Pagu* (4) - *Fazendo História das Mulheres* -, Campinas, Núcleo de Estudos de Gênero – Pagu/Unicamp, 1995, p.42.

depoimentos femininos são muito mais pessoais e marcados por casos amorosos do que os masculinos.⁵⁶

Relembrar é “olhar o passado com os olhos do presente”.⁵⁷ No caso dos relatos das ex-modelos, o que se nota é uma autocrítica diante do exercício do trabalho efêmero e datado, do controle sobre as ações e a vida pessoal, da vida “fantasiosa” e principalmente do fardo de haverem exercido uma profissão “sem lugar social”⁵⁸, o que em última instância às submetia a uma visão social distorcida e preconceituosa – uma vez que o trabalho é o lugar ocupado pelo sujeito na hierarquia de uma sociedade feita de classes e grupos de *status*.⁵⁹

Relacionamentos afetivos, alienação, fantasia, “mulher-objeto” (ou cabide, nas palavras de Ully Duwe), excesso de controle, deslocamento social, preconceito, são os temas presentes dos depoimentos coletados entre as modelos e que surgem como diferença em relação aos relatos dos homens que participaram do mesmo grupo. Observando as principais questões presentes nos relatos, não seria exagero afirmar que os depoimentos femininos são carregados de ressentimentos, “sentimento de insignificância e impotência individual”⁶⁰ e que, em alguns casos, levam, segundo

⁵⁶ Tal situação é observada também por outros pesquisadores que utilizaram a história oral. Um exemplo é o trabalho de Adriana Piscitelli, que, em sua pesquisa sobre as famílias das elites cafeeiras, observou: “There are different genres of family stories. When these narratives focus feminine characters they depict rebellious women, mostly involved in romantic affairs. When the narratives are centred on masculine characters they describe epic episodes, full of brave action and excitement”. PISCITELLI, A. *Love and Ambition...* Op. cit., p.90.

⁵⁷ BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade. Lembrança de Velhos*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994, p.453.

⁵⁸ Cf: Depoimento de Bettina Volk. Op. cit.

⁵⁹ BOSI, E. *Memória e Sociedade...* Op. cit., p.471.

⁶⁰ Definição de Eric Fromm *apud* HAROCHE, Claudine. Elementos para uma antropologia dos sentimentos: laços emocionais e processos políticos. In: BRESCIANI, Stella e NAXARA, Márcia. (orgs.) *Memória e (Res)sentimento: Indagações sobre uma questão sensível*. Campinas, Editora da Unicamp, 2001, p.337.

Claudine Haroche, à própria negação da existência, que surgiria como “resposta inconsciente, efeito longínquo de uma angústia ignorada”⁶¹ – traço perfeitamente visível no caso de Ully Duwe, quando relata o episódio em que queimou as fotos, pois não queria mais ser lembrada como modelo e manequim.

O conflito presente nos relatos das ex-modelos e manequins da Rhodia pode ser mais bem entendido se levarmos em conta o pensamento de Geneviève Koubi, para quem “o ressentimento forma o rancor do indivíduo que sofre a discriminação por pertencer a um grupo que, no entanto, ele mesmo escolheu”.⁶² Como se viu, nenhuma das modelos foi obrigada a trabalhar como modelo e manequim; todas seguiram a carreira por opção própria, o que naquele momento histórico consistiu em posição socialmente desafiadora.

É curioso que as ex-profissionais entrevistadas, ainda que diante do distanciamento temporal ou de formações profissionais diferenciadas, não façam referências ao ideal desbravador que permeava um trabalho que, além de viagens, bons salários e cuidados especiais, proporcionava-lhes também o contato com todo tipo de obstáculo social.

As entrevistas com as ex-modelos trouxeram novas perspectivas de análise para a minha pesquisa, a qual a princípio não previa abordagens de questões de gênero. Após a realização da entrevista com Bettina Volk, a primeira mulher a conceder depoimento para este projeto, concluí que era imprescindível ouvir o relato de outras mulheres, pois o depoimento da ex-modelo trazia uma narrativa muito diferenciada daquela que eu estava habituada a ouvir. Livio Rangan já não era apenas o super-herói da publicidade descrito pelos homens, tinha também sua faceta de “vilão”, uma vez que, se aos homens de sua equipe

⁶¹ AROCHE, C. Elementos para uma antropologia dos sentimentos... Op. cit., p.340.

⁶² KOUBI, Geneviève. Entre sentimento e ressentimento: As incertezas de um direito das minorias. In: BRESCIANI, S. e NAXARA, M. (orgs.) *Memória e (Res)sentimento...* Op. cit., p.548.

Maria Claudia Bonadio

dava espaço e liberdade para a criatividade sem se intrometer na vida pessoal – nenhum dos depoentes relatou o controle do diretor sobre seus relacionamentos –, para as mulheres ele era um patrão dos mais controladores, pois não havia limitação entre vida pessoal e vida profissional, pelo menos não no que se refere à vigilância de comportamento. Notei, portanto, que não era prudente escrever essa história sem levar em conta o ponto de vista feminino, pois se assim fizesse, certamente deixaria de lado elementos importantes ou até mesmo essenciais para o desenvolvimento da tese, principalmente aqueles referentes às políticas publicitárias adotadas por Livio Rangan e a breve reconstituição de sua biografia.