

Adriana-Cristina MIHALEA

IDEALUL FEMININ REFLECTAT DE PAGINILE REVISTEI „REALITATEA ILUSTRATĂ” (1927-1945)

Se spune că „mai degrabă poți păzi o turmă de iepuri, decât o femeie”. Acest proverb poate fi considerat de actualitate, însă imaginea subiectului său, *femeia*, a cunoscut numeroase metamorfozări de-a lungul timpului, ce vor fi semnalate în presa vremii. În cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea, femeia era fie *întruchiparea Evei* (sursă a tuturor relelor și ispitelor), fie *urmașa a Mariei* (salvatoarea omenirii, făptură sacră, angelică).¹

Perioada interbelică – și de atunci perpetuându-se până în zilele noastre – a adus schimbarea acestei imagini și accentul se va pune pe *emancipare și zeificare*. Trebuie spus că, de-a lungul istoriei, femeia ideală a fost urcată pe culmile cele mai înalte ale admirației și rostogolită în prăpastia disprețului, pentru ca, în final, să ajungă *simbol al frumuseții*, dar și *al înțelepciunii*. Un alt lucru câștigat, pe lângă adorare, a fost egalitatea.²

Revista „Realitatea Ilustrată” (sau „Lucrurile așa cum le vedem cu ochii”) nu va lăsa ca metamorfozarea idealului feminin să treacă neobservată, ci va reda toate aspectele pe care trebuie să le întrunească femeia pentru a fi recunoscută drept ideal. Să dăm câteva amănunte despre această revistă. Cunoaște lumina tiparului la Cluj, la 6 februarie 1927, unde va continua să apară până în luna octombrie 1940. Din noiembrie 1940 și până la 21 aprilie 1946 revista își va continua apariția, schimbându-și numai sediul la București.³

O caracteristică principală ce trebuie întrunită de femeia ideală este fidelitatea, deoarece se pare că infidelitatea, din partea femeii, reprezenta o problemă în acea perioadă, și nu numai atunci: „*Fidelitatea sau infidelitatea femeii este o însușire înăscută, care mai apoi se poate perverti, în oarecare măsură de mediu; dar niciodată nu-și va înșela soțul o femeie care nu are porniri rele*”. Înșușirile care întovărășesc de obicei fidelitatea femeii sunt „*stăpânirea de sine, tăria sufletească și sentimentul datoriei*”⁴.

Femeia ideală trebuia să recunoască și să respecte locul bărbatului în societate. În acest sens, enoriașii unei parohii dintr-un orașel din statul Massachusetts, S.U.A., au realizat un decalog. Acesta era în mod subtil sugerat și femeilor din România, prin simpla publicare a sa în paginile revistei, în sensul că cele care vor citi articolul vor fi cu luare aminte. Iată decalogul:

1. Nu vorbi numai tu tot timpul la telefon ...
2. Dacă e cu puțință, iubește-ți bărbatul și pregătește pentru dânsul hrana și pregătește-o așa fel, ca să fie gata la vreme și să nu sufere papilele.
3. Nu te amesteca în treburile bărbatului tău.
4. Nu sta ceasuri întregi la telefon, vorbind fleacuri ...
5. Nu te lăuda prea mult cu blândețea bărbatului ...
6. Dacă te cerți cu bărbatul tău sau socoți că e nevoie să-l dojenești, fă aceste lucruri repede și uită apoi.
7. Fii cu răbdare față de slăbiciunile bărbatului tău și la nevoie exagerează calitățile sale bune, dacă le are, în fața oamenilor.
8. Nu-ți preface bărbatul în servitoare, decât în împrejurări excepționale ...

¹ Amalia Vasilescu, *Imaginarul despre femeie în Vechiul Regat între pozitiv și negativ*, ebooks.unibuc.ro/istorie/ciupala/imaginaruldesprefemeie.htm

² „Realitatea Ilustrată”, an XI, no. 567/1 dec. 1937.

³ I. Hanganu, *Dicționarul presei literare românești (1790-1990)*, București, Ed. Fundației Culturale Române, 1996.

⁴ „Realitatea Ilustrată”, an II, no. 1/18 ian. 1928.

9. Nu-ți îndrepta toate gândurile numai la podoabă și îmbrăcăminte și nu exagera importanța obligațiilor sociale, căci prima ta datorie este casa și familia.
 10. Adă-ți aminte că, din când în când, e bine să lași pe bărbat în pace. În aceste timpuri nu-ți tulbura soțul, căci el este cel care asudă sub povara vieții”.⁵

Alături de acest decalog, mai trebuia să respecte următoarele reguli, femeia neavând voie:

- „1. Să fie cochetă.
2. Să vorbească prea mult de îmbrăcăminte.
3. Să vină întotdeauna târziu la întâlnire.
4. Să bârfească.
5. Să fie geloasă.
6. Să fie neglijentă.
7. Să fie bolnavă închipuită.
8. Să se pudreze la fiecare minuțel.
9. Să aducă la masă facturi ...
10. Să telefoneze prea des la biroul soțului”.⁶

Trebuie specificat că nu numai femeile erau nevoite să respecte anumite reguli, ci și bărbații, ceea ce dovedește o încercare de a așeza femeia, pe cât posibil, pe o poziție de egalitate cu bărbatul.

În această perioadă femeile încep să iasă, încet, dar sigur, din carapacea la care au fost condamnate de societate. Iată ce se scria într-un articol în acest sens: „Astăzi pe măsură ce civilizația și științele progresează, munca bărbatului e din ce în ce mai puțin în funcție de mușchi, și din ce în ce mai mult o chestiune de inteligență ... bărbații au ezitat mereu să recunoască calitățile superioare ce și le invocau femeile, totuși își fac drum o admitere a superioarității intelectuale sau spirituale femeiești ... Specialitatea bărbatului era până acum puterea, dar acest lucru a devenit din ce în ce mai fără importanță. În schimb ceea ce a făcut vreodată femeia a fost întotdeauna important, NAȘTEREA unui copil, ALĂPTAREA lui sunt lucruri cărora mecanica nu li se poate substitui”.⁷ O concluzie a acestui articol atestă faptul că femeile își cunosc și își câștigă locul și rolul în societate. Cu toate că ele nu dețin forța fizică, fiind numite și *sexul slab*, ele sunt capabile de a oferi societății bunul cel mai de preț, COPILUL, asigurând în acest fel noi și noi generații. Deci, femeia ideală trebuia să fie, pe lângă altele, **MAMĂ**.

În 90% din cazurile când se discută de idealul feminin, accentele cad cu predilecție asupra caracteristicilor fizice. Referitor la acest aspect, ne sunt furnizate toate detaliile pentru reconstituirea schiței-portret a idealului feminin într-un articol intitulat *Idealul estetic și un îndemn*, unde se afirma că „femeile din România sunt ele însele ideale deoarece au în ochi adâncul nepătruns al codrilor sau azurul cerului de mai, pe buze le flutură nebunaticul zefir; au părul ca pana corbului; fața ca spuma laptelui, iar obrații le poartă toată dogoarea florilor de mac. Sunt zvelte ca trestiiile de baltă și mândre ca zânele din basme ... Petalele de trandafiri le-au împrumutat frăgezimea pielii”.

Strâns legat de aspectul fizic al femeii ideale, iată care erau dimensiunile redată foarte detaliat pentru idealul feminin al anului 1928:

„Înălțime	1,63 cm
Gât	32 cm
Piept	82,5 cm
Braț	45 cm
Talie	65 cm

⁵ *Ibidem*.

⁶ *Ibidem*, an XIII, no. 660/12 sept. 1939: articolul *Ceea ce nu suportă bărbații și ceea ce este extrem de neplăcut femeilor*.

⁷ *Ibidem*, an II, no. 5/19 febr. 1928.

Încheietura mâinii	15 cm
Șolduri	90 cm
Pulpa	45 cm
Gamba	34 cm
Fluierul piciorului	20 cm
Piciorul	36
Greutatea	54 kg.” ⁸

Un alt exemplu de ideal feminin este cel din anul 1940, unde nu se va mai ține seama chiar așa de mult de detalii, cum a fost cazul anului expus în rândurile de sus. Dimensiunile de care se ținea seama, în acel an, erau următoarele:

„Gât	32 cm
Braț	26 cm
Talie	76 cm
Șolduri	90 cm
Coapse	48 cm.” ⁹

Se poate observa că dimensiunile gâtului și soldurilor au rămas neschimbate, cea a brațului a scăzut, iar cea a taliei a crescut. Deci, perioada interbelică era mult mai pretențioasă în ceea ce privește idealul feminin, spre deosebire de perioada contemporană, când cerințele sunt de 90-60-90, fiecare dimensiune cunoscându-și cu predilecție locul.

Referitor la acest aspect, păstrarea dimensiunilor ideale se putea realiza numai cu urmarea anumitor sfaturi, care sunt prezentate în paginile revistei din 19 septembrie 1939, într-un articol intitulat *Cum să vă faceți toaleta de dimineață*: „1. Gimnastica

2. Duș cald și fricțiune
3. Uscatul cu ajutorul unei m nuși aspre
4. Fric iune cu ap de Colonia
5. Fardatul
6. Îmbrăcatul.”



În altă ordine de idei, idealul feminin mai prevedea un ten perfect, care se obținea cu ajutorul produselor cosmetice și nu numai. Reclamele nu fac nimic altceva decât să exprime cel mai bine acest aspect. Pudra „**Diavolo**” este un produs „care ți-a dat tenului tău fraged catifelarea netedă, delicată și îmbietoare a petalelor de trandafiri”.

⁸ *Ibidem*, an II, no. 42/3 nov. 1928.

⁹ *Ibidem*, an XIV, no. 683/20 febr. 1940: reclama la Boxberger Kissinger.

Un alt produs este săpunul **Elida, Lilas Grand Luxe**, care „asigură un ten fraged ca mugurele”.



Cremele **Scherk** sunt folosite pentru păstrarea „frumuseții naturale a tenului Dv. Și îi dau fericita senzație a îngrijirii cultivate, de care aveți nevoie pentru succesul Dv.”.

Săpunurile **Palmolive** au rolul de a catifelela pielea și a da tenului frăgezime.



Sloganurile produselor **Coty** dezvăluie aspectele căutate în cazul idealului feminin, căci „farmecul întrece frumusețea. Frumusețea atrage, însă indiscutabil farmecul reține!”.

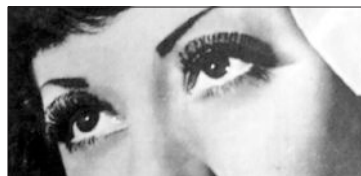
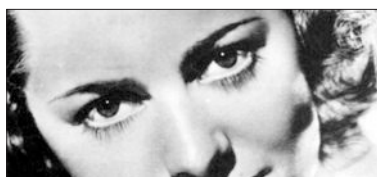


Cei de la **Hudnut** considerau că produsele acestei firme posedă „distinguție și finețe”, femeii moderne „îi împrumută suflul eleganței îngrijite și-i mărește farmecul”.

Crema **Genius** nu făcea altceva decât să ofere „o față impecabilă, roză, fină, catifelată”. Într-un cuvânt, „tenul ideal pentru femeia ideală trebuia să fie fraged și frumos, minunat și gingaș, fermecător”.

Un alt element ce atrage atenția la un ideal feminin sunt „ochii păgâni”, după cum spune titlul unui articol în revista „Realitatea Ilustrată” din 16 noiembrie 1929. Aici se consideră că „totuși tocmai ochii imperfecti sunt acei din care izvorăște un farmec deosebit. Există și un număr extraordinar de bărbați cărora le plac numai femeile mioape. Aceasta fiindcă privirea voalată, deasă clipire și ochii miopi sunt atrăgători și conțin **acel ceva**”. Se pare, de asemenea, „că ochii de pisică sunt mai ales foarte prețuiți ca și ochii spintecați ai mongolilor. Instinctul masculin este astfel făcut că în caz de perfecțiune se apără împotriva a ceea ce e plictisitor și care așteaptă totdeauna imperfectul”.

Referitor la locul ocupat de prezența ochilor, un alt articol ne lămurește în ceea ce privește „canonul de frumusețe al timpurilor de față, era figura de păpușă cu ochii mari, speriați parcă din pricina lungimei genelor recurbate ... ochii fără umbre sunt așezați la suprafață. În partea de sus și jos, genele lungi și nenatural de frumoase, dau fizionomiei ceva special”¹⁰.



¹⁰ *Ibidem*, an III, no. 52/21 dec. 1929.

Produsul care reușește să pună în evidență acest segment al feței este **Rimmel's** pentru „doamnele care nu se lasă induse în eroare și care țin cu adevărat la frumusețea ochilor”. Este recunoscut, tot în cadrul acestei reclame, faptul că „ochii sunt 50% din frumusețea Dvs.”, precum și că „nimic nu au cântat poezii mai cu pasiune ca ochii femeii. Ei atrag primii privirea bărbaților și admirația lor. Amplificați și valorificați frumusețea ochilor Dvs. imprimându-le un farmec cuceritor, întrebându-vă veritabil



Un rol important în catalogarea idealului feminin este deținut de zâmbet, despre care se spunea că „este arma supremă de cucerire a femeii. Există mai multe tipuri de zâmbete: ciudat, imperceptibil ca al Giocondei, al melancoliei, zâmbetul sudic și zâmbetul voluptății rafinate care nu întâlnește nici o opunere masculină”¹¹.



Pasta de dinți **Kolynos** se utilizează pentru a obține dinți albi și gingii sănătoase, iar pe lângă acest aspect, veți avea „o gură curată, sănătoasă și dinți atractivi”.



¹¹ *Ibidem*, an II, no. 45/24 nov. 1928.



Pe lângă aspectul dinților, care se poate observa cu ușurință, **Kalodont** înseamnă și „îngrijirea sănătății, protejând dinții contra pericolului pietrei dentare”.

Dentol vă ajută să „păstrați frăgezimea surâsului conservându-vă strălucirea dinților”.



Un alt element ce trebuie luat în considerare, atunci când se discută de idealul feminin, este moda. Iată cum, dintr-un articol din revista „Realitatea Ilustrată” a anului 1929, reiese că „*moda s-a schimbat radical, în sensul că talia este foarte sus, șolduri înguste, rochiile foarte lungi, stofă foarte multă*”. Un alt articol, de data aceasta din anul 1930, afirmă că „*subțiri și unduioase ca un șarpe vor apare de azi înainte la ceaiuri și serate frumoasele fiice ale Evei, cărora noua modă a rochiilor lungi le va da un farmec de sireană, în contrast cu înfățișarea vioaie de ștrengărițe*”. „*Adio, deci, genunchii rotunzi ce se întrezăreau trandafirii. Adio, pulpe, uneori perfecte, dar vai de câte și câte ori în formă de mici coloane, adio chiar gleznelor divine de gazelă, căci voloanele, pliseurile, godeurile s-au lăsat peste noi ca o cortină pudică, peste un spectacol frivol*.” În anul 1940, moda, atât în ceea ce privește hainele, cât și formele corpului, va fi radical schimbată, spre deosebire de tot ceea ce s-a spus până acum. Acesta se pare că este „*anul taliei lungi, 55 kg este greutatea medie a femeii de statură mijlocie, s-a hotărât de data aceasta reducerea la minimum a tuturor reliefulor din trecut, de aici rezultând o siluetă oarecum fluidă. Încercările de a aplatiza stomacul au drept consecință o linie exagerată a spatelui. Noua siluetă a fost creată, spun marile case de modă, pentru glorificarea tinereții și unde găsiți o femeie care să spună că nu este tânără?*”¹².

În România, în anii 1928-1935, era la modă portul românesc. Se spune că „*grațioasă din fire, româncă a știut de mult, prin veacuri să pună cea mai aleasă distincție în portul ei. Ea s-a ferit totdeauna de a purta costume ce bat călcâiele, adună praful și ascund glezna. Româncuța din Banat, Muscel, Argeș a adoptat de mult moda de azi a Apusului și și-a încins talia cu fote ce lăsaus întotdeauna liber piciorul mic al femeii. Simțind profund frumusețea costumului românesc, puțința*

¹² *Ibidem*, an XIV, no. 695/14 mai 1940.

*lui de a da femeii eleganța liniei, noblețea trăsăturilor, regina Maria și membrele Casei Regale a României nu le-au mai lepădat*¹³.

Idealul feminin era „măsurat” în cadrul concursurilor de Miss, care, pentru început, se organizau la Glavestone, S.U.A. Iată câteva condiții de participare:

- „– toate concurențele trebuie să aibă vârsta între 16-25 ani și să nu fie măritate;
- candidatele trebuie să se bucure de o reputație morală fără pată și orice purtare nedemnă a vreunei concurente, în timpul concursului, are drept consecință eliminarea ei și retragerea tuturor drepturilor câștigate;
- concurențele trebuie să aibă 3 costume și anume: costum de sport sau stradă, costum de plajă și rochie de seară ..., în ceea ce privește costumele de plajă, pantalonii acestuia trebuie să fie de o lungime convenabilă.

*Juriul va trebui să ia în considerație, în hotărârile sale, deopotrivă frumusețea feței, puritatea liniilor, drăgălășenia și farmecul personal al concurenteii. Nu se va ține seama de costume sau de decorațiuni*¹⁴. Se pare că româncele se apropiau foarte mult de ceea ce reprezenta idealul feminin în

epocă din moment ce, în anul 1930, câștigătoarea locului III în competiția „Miss Universe” de la Glavestone a fost o româncă, Mariana Mirică. Iată o fotografie cu semifinalistele concursului din anul 1930, întruchiparea idealului feminin al acelei epoci.



Am discutat până acum de anumite condiții care trebuiau îndeplinite de idealul feminin, dar mai trebuie luat în considerare și factorul subiectiv al fiecărui bărbat, pentru că „nu-i frumos ce place lumii, e frumos ce-mi place mie” sau, cum este un proverb polon, „cea mai bună ușa e aceea care nu scârție, precum și cea mai bună femeie e aceea care tace”.

Astfel, Rudolf Valentino spunea: „Eu sunt un partizan al ideii europene, cum că femeia își are locul și rostul ei în casă. Din punct de vedere personal, îmi plac toate tipurile. Dar nici culoarea ochilor, nici a părului, nici tenul nu joacă un rol covârșitor. În general fizicul nu are o importanță atât de mare. Lucrul de căpetenie e personalitatea ... De aceea se vor vedea bărbați frumoși însurați cu fete fără nici o atracție fizică, dar înzestrate cu spirit casnic și bune gospodine. Dacă o femeie ar reuși să-și dezvolte personalitatea, devenind cineva foarte atractiv, rămânând însă în același timp casnică și păstrând farmecul ei de femeie, atunci voi spune că ea este idealul visat”. O altă vedetă, Douglas Fairbanks, considera că „femeia visurilor mele nu e femeia desăvârșită ..., este femeia înțeleghătoare care face concesii față de greșelile mele. Dar eu nu cer unei femei numai simpatie, trebuie să aibe și o inteligență și o judecată proprie ... vei găsi întotdeauna în chipul unei femei reflexul mentalității sale și o femeie cu o expresie inteligentă va avea întotdeauna farmec și va părea interesantă”¹⁵.

În concluzie, idealul feminin reflectat de paginile revistei „Realitatea Ilustrată” nu depășea cu nimic canoanele epocii. Astfel, el trebuia să exprime, în primul rând simțul matern și gospodăresc, apoi eleganță, originalitate, frumusețe naturală, personalitate, „să fie om în toată puterea cuvântului” (Lisl Goldarbeiter, Miss Universe 1929), cu siluetă chic, atrăgătoare, elastică, zveltă, să prezinte șarm, candoare, zâmbet irezistibil, să fie fidelă, ambițioasă, deșteaptă, inteligentă.

¹³ *Ibidem*, an II, no. 33/1 sept. 1928.

¹⁴ *Ibidem*, an III, no. 2/5 ian. 1929.

¹⁵ *Ibidem*, an II, no. 40/4 oct. 1928.

The Feminine Ideal Reflected in the “Illustrated Reality” Review

Abstract

The feminine ideal knows a lot of changes like the woman herself, changes which would not pass unobserved. For example, at the beginning of the second period of the 19th century, woman was the image of Eva (the source of all bad things) on one hand, and the image of Mary (the angelic rescuer), on the other.

The interwar period came with the emancipation and equality, and women became, at last, not only the *symbol of beauty* but also of *wisdom*. Mention should be made of the standard of beauty, and of the beginning of a new type of woman's deification.

“The Illustrated Reality” Review or “Things as we see with our own eyes” shows in its pages the perfect interwar woman: a mother and a housewife, an intelligent, smart, ambitious, an understanding person, but also the sporty type who is elastic, lithe, expressing purity, charm and always giving the others a big, cheery smile.