

O *Jornal das Moças* e as representações da moda e da mulher na imprensa feminina (1920-1925)

Flávio Raimundo Giarola¹
Izabela Aparecida Gontijo²

ÁREA TEMÁTICA: HISTÓRIA ECONÔMICA, DO PENSAMENTO ECONÔMICO E DEMOGRAFIA HISTÓRICA

Resumo:

Esse artigo analisa as representações sobre a moda e a mulher em um periódico voltado para o público feminino na década de 1920. O *Jornal das Moças*, impresso publicado no Rio de Janeiro, entre 1914 e 1968, trazia assuntos variados, considerados de interesse das mulheres. Destes, se destacava a moda, que era tomada como justificativa para endossar o papel social feminino para a época. Portanto, nosso objetivo principal é identificar as formas como a imprensa era usada para reforçar estereótipos acerca da mulher nos anos 1920.

Palavras-chave: moda; imprensa; mulher.

Introdução

A Primeira Guerra Mundial teve um impacto significativo no cotidiano e no vestuário feminino. Segundo James Laver, a saia ampla foi substituída pela linha “barril”, dando um efeito tubular. Logo em seguida, viria o encurtamento das saias (Laver, 1989, p. 230). Algumas mulheres aliaram a mudança na vestimenta a novas formas de comportamento, tais como fumar, trabalhar, dirigir, praticar esportes, etc. Entretanto, até que ponto mudanças percebidas na Europa foram reproduzidas na imprensa feminina do Brasil? Mais especificamente, em uma revista cuja direção estava nas mãos de homens, como eram tratadas as mudanças de comportamento e de vestuário? Buscando responder a estas perguntas, este artigo analisa o periódico *O Jornal das Moças*, entre 1920 e 1925. Nosso recorte foi escolhido por comportar os anos imediatamente posteriores à guerra europeia e, ao mesmo tempo, ser o momento no qual as mudanças na moda foram mais visíveis.

O *Jornal das Moças* era um periódico dedicado às mulheres de elite do Rio de Janeiro, publicado entre 1914 e 1968, pela oficina e editora Menezes, filho & C. Ltda. A revista, no período estudado, era uma propriedade de dois homens: Agostinho Menezes, o diretor, e Álvaro Menezes, o gerente. Ambos foram também os fundadores do jornal. Um dos problemas encontrados na análise da Revista é o fato de que as edições não explicitavam algumas informações que poderiam ser relevantes para identificar os autores dos artigos das seções, eles se identificavam apenas por um nome (não utilizam sobrenome), que pode ser verdadeiro ou pseudônimo (Fernochoi, 2021, p. 1). Ainda assim, é possível perceber que ao menos um dos seus redatores, no período delimitado, era Leôncio Correa, político paranaense, professor e com histórico de redator em outros jornais. Apesar do domínio masculina, em algumas edições foi possível perceber a assinatura de mulheres em alguns artigos.

Sua distribuição ocorria em todo o território nacional, por meio de assinaturas e entrega via correio. Nas bancas, chegava às mãos das leitoras todas às quartas-feiras (Soares; Silva, 2013, p. 2). Procura explorar assuntos considerados de interesse das mulheres, tais como culinária, literatura, artes e moda. O jornal ditava comportamentos tanto estéticos, através de suas notícias relacionadas à moda parisiense, desenhos e anúncios de produtos de

¹ Doutor em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); professor efetivo de História do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais - CEFET-MG / Campus Divinópolis.

² Graduada em História pela Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG / Unidade Divinópolis.

beleza, quanto sociais, por meio de artigos sobre religião, política e família. É nesse sentido que, ao propor temas e discussões para as mulheres, o jornal acabava reforçando e instigando estereótipos para a condição social da mulher na época.

Cabe destacar que a imprensa feminina no século XX tinha um espaço considerável entre as diversas publicações. Isto reflete o fato de que, a partir da segunda metade do século XIX, era possível encontrar um número razoável de mulheres alfabetizadas e que se interessavam pela leitura (Morel; Barros, 2003). Por outro lado, é inegável que esta imprensa era voltada para as mulheres de elite, já que o acesso à leitura, escrita e impressos era privilégio das camadas mais altas da sociedade.

Destaca-se também uma valorização do tema “moda” entre as diversas publicações, uma vez que falar sobre moda na década de 1920 era tocar em um assunto considerado exclusivo das mulheres. Segundo Rosane Feijão, já nos anos anteriores à Primeira Guerra Mundial, a moda compareceu de várias formas nas diversas revistas ilustradas que circulavam no Rio de Janeiro. Ela estava tanto em publicações específicas, como no caso da Revista analisada neste artigo, como em periódicos diversos, tais como o *Fon-Fon!*, *Careta*, *O Mez* e *O Malho*. Neles, era possível encontrar conselhos e referências a comportamento e modos de vestir em editoriais, pequenas notas não assinadas, colunas semanais, artigos mais extensos – geralmente de cunho humorístico –, charges e material de propaganda (Feijão, 2012, p. 7).

Nosso artigo buscará entender as principais representações difundidas pelo *Jornal das Moças* sobre a condição social da mulher brasileira na década de 1920. Isso será feito por meio dos diversos artigos do periódico, em suas diferentes seções, principalmente aquelas dedicadas à Moda. Espera-se ainda identificar os conflitos entre a permanência de uma mentalidade patriarcal, possivelmente decorrente do predomínio masculino na sua redação, e os abalos sociais e culturais causados pela Primeira Guerra Mundial. Por fim, busca-se também analisar o sutil protagonismo feminino em publicar no jornal, ainda que de forma discreta e, por vezes, reforçando posturas conservadoras.

A sujeição da beleza à representação da “mulher de família” no *Jornal das Moças*

Como é de se esperar, um periódico voltado para o público feminino da década de 1920 deveria trazer como um de seus temas principais a questão da beleza, seja nos cuidados com o corpo, seja nos assuntos sobre moda. No entanto, o que ocorre no *Jornal das Moças* é o predomínio de um discurso que colocava a beleza da mulher como um dote para o homem. Neste sentido, a mulher deveria saber afastar-se da vulgaridade e, ao mesmo tempo, manter-se como objeto da sexualidade masculina. Os próprios anúncios do jornal mostravam essa premissa. É o caso do anúncio do produto “Pavlowa”, que promete “aformosear” a cutis (Jornal das Moças, 1920, ed. 248). Ou seja, a preocupação com a aparência impecável feminina estava atrelada inclusive à lógica d

É importante destacar que o principal propósito do impresso é delimitar o lugar social da mulher: a família e o lar. Mesmo que seja possível, ao longo das edições, perceber textos que defendam a educação feminina e até mesmo o direito do voto, estas atividades públicas jamais devem transpor a esfera privada, na qual a mulher por natureza deveria estar inserida. Isto estava explícito tanto em alguns artigos, quanto em fotos de famílias que apareciam em quase todas as edições. O assunto indiretamente estava presente também nos anúncios de utensílios domésticos, na divulgação de casamentos e nos textos sobre educação dos filhos. Esta concepção da revista é completamente oposta àquela imagem de uma mulher empoderada do pós-guerra, que trabalharia fora, quebraria os tabus de moda e lutaria por direitos. Ao contrário, reforça o que disse Jane Almeida em seu artigo sobre as regras de civilidade e as mulheres: “aos homens, o espaço público, a gerência de recursos, a liberdade;

para as mulheres, o espaço privado, a dependência financeira e emocional, a castidade” (Almeida, 2014, p. 341).

Isto está explícito na edição 237 da revista, na seção *Sociais*. Logo em seu início, aparece um pequeno texto, intitulado *Conceitos sobre a mulher* e assinado apenas como “Jota”, no qual se lê:

Quanto mais procuramos estudar a mulher, tanto mais nos habilitamos a melhor das conclusões: quando filha, é ela o encanto de um lar; quando esposa, é a criatura que com a doçura dos seus carinhos e a inteligência de suas ponderações sabe proporcionar a um homem o ensejo de desfrutar a verdadeira felicidade na santa paz da família; quando mãe, prova-nos exuberantemente o quanto a sua alma é grandiosa na grandiosidade do seu amor materno (Jornal das Moças, 1 de janeiro de 1920, p. 44).

Trata-se de uma idealização do que seria a mulher ideal, ancorado em representações que colocam as mulheres em três posições possíveis: esposa, filha e mãe. Afinal, é inegável que, nessa época, “há, também, um conjunto claro de ‘virtudes’ valorizadas, capazes de tornar a jovem “desejável” para esposa dos filhos de “boa família”” (Alves, 2000, p. 238).

Este pensamento vai se refletir nos artigos relacionados à beleza da mulher. Nas páginas de moda, por exemplo, destaca-se a imagem da mulher enquanto objeto sexual do marido. Exemplo disso está no texto de Eduardo França, para a edição 240, de 1920. Intitulada “*Os seios da mulher*”, o artigo usa de um auto-atribuído discurso médico para criticar a moda que incita o “aparecimento” dos seios feminino. Além disso, destaca que as “mães” não deveriam mostrar seus seios a “qualquer um”. Por fim, a matéria faz uma crítica estética aos “seios caídos” e, com isso, reforça a ideia de que, além de todos os ideais colocados sobre a mulher, ela também deveria ser sempre bonita e jovem.

Em outro trecho do artigo, fica ainda mais explícita esta objetivação da mulher, reduzida a um produto do consumo sexual masculino:

Os seios da mulher, - este ornamento sagrado e, ao mesmo tempo, delicioso de aspecto e lindo de estrutura, com que a natureza dotou o sexo frágil, - tem sido ultimamente, pela imperiosa tolice da atual moda impúdica e anti-estética, cultivados com o maior descuido e predisposições de futuras enfermidades (Jornal das Moças, 1920, ed. 240, p. 29).

Trata-se, portanto, da ideia de pertencimento do corpo feminino ao homem, uma vez que por traz da alegada preocupação com a saúde da mulher, está a defesa de que os seios femininos deveriam ser reservados ao olhar do marido. É curioso como uma revista que tinha como uma de suas propostas a divulgação da moda feminina, critica esta mesma moda, com o objetivo de reforçar um discurso patriarcal e de sujeição da mulher.

Isso também está perceptível nos diversos anúncios voltados para a mulher. Como exemplo, destaca-se o anúncio de um creme feminino disposto na edição 402 de 1923, que afirma que o *Creme Pollah*, anunciado pelo jornal, tem a missão de distribuir felicidade às senhoras, já que devolve ao rosto delas a perfeição, o aspecto de juventude e faz desaparecer tudo aquilo de “imperfeito” da pele feminina, além de trazer a “suavidade e o colorido da primeira juventude” (Jornal das Moças, 1 de março de 1923, p. 12). O discurso contra a velhice, principalmente da mulher, começa a ganhar um espaço cada vez maior neste tipo de veículo de comunicação, como afirma Denise Sant’Anna:

(...) tal como as flores, entendia-se que a mulher desabrochava na hora certa. E, tendo os filhos crescidos, era normal que os viço de seu rosto muchasse. O progressivo desenvolvimento da indústria de beleza contribuiu para esmaecer esse universo floral, assim como a importância da antiga distinção entre mulheres

viciosas e aquelas da boa família. Ao longo dos anos, a distância entre as aparências de jovens e velhas foi reduzida. Ou melhor, a expectativa de reduzi-la aumentou exponencialmente. Outras separações ganharam relevo, como a distinção entre as mulheres que sabem e podem se cuidar e as que pouco fazem para isso (Sant'Anna, 2014, p. 45).

Portanto, caberia a mulher buscar alternativas para retardar seu envelhecimento, principalmente aqueles mulheres das classes altas, que deveriam se apresentar para a sociedade sempre belas. Para o *Jornal das Moças*, isto implicava em ter uma aparência impecável, o que poderia ser sintetizado em três pontos: ser bonita, ser jovem e ser bem vestida. No entanto, esta busca estética não tinha como prioridade a auto-estima feminina, ao contrário, visava a manutenção de aspectos de sedução que tinham como alvo os homens, afinal:

A beleza é um capital na troca amorosa ou na conquista matrimonial. Uma troca desigual em que o homem se reserva o papel de sedutor ativo, enquanto sua parceira deve contentar-se em ser o objeto de sedução, embora seja bastante engenhosa em sua pretensa passividade (Perrot, 2007, p. 50).

Em outras palavras, era um dos papéis atribuídos à mulher do começo do século XX o de conquistar o homem através de sua aparência, mas, claro, sem “se exhibir demais”. O *Jornal das Moças* reforça esse estereótipo de diversas maneiras ao longo de suas edições como, por exemplo, ao dizer que “classificaremos a beleza feminina sob dois títulos: predicados físicos e predicados morais” (Jornal das Moças, 1920, ed. 241, p. 9). Sendo assim, o periódico mostra claramente a sua defesa quanto à indissociabilidade da mulher com a estética, embora isso não anulasse o seu dever moral de ser recatada.

Outro anúncio que chama a atenção neste sentido é o de um produto de pele chamado “*Água Branca Neval*”, que prometia garantir a juventude eterna para as mulheres e afirmava que “ao poder da *Água Branca Neval* nada resiste; as rugas desaparecem, as espinhas, manchas e todas as causas de uma pele feia” (Jornal das Moças, 1920, ed. 237, p. 16). Este anúncio se repetiu em diversas edições da revista, reforçando a associação da beleza com a juventude e a necessidade das mulheres almejarem combater os males do envelhecimento. Na edição 333, o anúncio da *Água Branca Neval* veio com o seguinte texto: “na beleza da cutis reside o encanto da mulher, e, como essa beleza só se obtém usando *Água Branca Neval*, deveis usá-la contínua e cotidianamente. O primeiro dever da mulher é ser bela!” (Jornal das Moças, 1921, ed. 333, p. 31).

Em praticamente todos os anúncios de produtos estéticos há textos para motivarem as mulheres a comprá-los, sempre pautado na necessidade da mulher em ser e estar sempre bonita. O produto “*Ianop*”, para a pele do rosto, também comprova isso:

Ser bela é a preocupação que deve ter toda senhorita ou senhora, moça ou velha, porque a beleza encanta, seduz, agrada enfim a todos! Mas para ser bela é preciso ter a pele fina, lisa, sem manchas, isentas de sardas e espinhas e isto só consegue procurando preparados bons, que não estraguem a pele (Jornal das Moças, 1920, ed. 267, p. 10).

O anúncio acima, além de afirmar que a mulher deve se preocupar em ser bela, também elenca uma série de características que não condiz com a beleza esperada e aclamada pela sociedade da época.

Além da pele jovem, os anúncios também reforçavam a importância dos seios femininos para a beleza da mulher, na linha do que aparecia no artigo supracitado de Eduardo França:

Feições sem beleza e sem regularidade não impedem que uma mulher se torne encantadora e fascinadora, se consegue alcançar uns seios bem cheios e de formas arredondadas. O essencial da verdadeira beleza não consiste em ter uma cara bonita, que rapidamente emurchece, mas em possuir um busto perfeitamente desenvolvido, que resiste ao tempo e aos anos e faz da mulher um conjunto harmonioso de graça e formosura (Jornal das Moças, 1920, ed. 242, p. 38).

Conforme destacado nesse anúncio, o corpo feminino deveria ser o instrumento perfeito e ideal para a sedução, sempre nos moldes do agrado masculino. Ou seja, eram os homens que ditavam o que deveria ser apreciado e aquilo que deveria ser excluído dos olhares. Além disso, há novamente o ideal da juventude como fundamental para a beleza da mulher, já que o creme anunciado promete justamente “resistir ao tempo e aos anos”. Os anúncios expostos aqui corroboram com o fato de que o corpo feminino era o suporte de um erotismo constante (DEL PRIORE, 2011). Afinal, tinha-se a ideia de que o corpo da mulher, assim como tudo que vinha atrelado a ele, “pertencia” aos homens, em especial ao marido.

Por outro lado, ao mesmo tempo em que o jornal impunha a beleza como um objetivo inerente à mulher, ele reforçava a ideia de centralidade da mulher nos cuidados domésticos, matrimoniais e maternos. Isso fica evidente em muitas edições do periódico que, mesmo discutindo sobre Moda e se dizendo um jornal voltado às mulheres, não deixavam de reforçar os interesses de uma sociedade marcada pela dominação masculina.

A questão da maternidade, por exemplo, pode-se afirmar que era central para o impresso: “Mãe! Que doce néctar! Que sensação sublime experimentamos em repetir este sagrado monossílabo (...). Grande e magnânima é a misericórdia de Deus, que concedeu à mulher a mais santa das missões” (Jornal das Moças, 1920, ed. 251, p. 40). Nesse trecho, o jornal atribui à mulher a missão de ser mãe e trata a maternidade como se fosse indissociável da condição feminina.

Os próprios anúncios são ferramentas usadas pelo jornal para tratar do aspecto materno e doméstico da mulher. É o caso de um medicamento, anunciado na edição 342 de 1922, que promete aliviar as dores do último mês de gestação da mulher e garante um parto tranquilo, rápido e feliz. Na mesma edição, há ainda um anúncio de outro medicamento para as mulheres que promete curar as doenças do útero e dos ovários (Jornal das Moças, ed. 342, 1922). Dessa maneira, a preocupação com a figura e o papel social feminino de esposa, mãe e dona do lar perpassa as mais diversas edições e seções do *Jornal das Moças*. Na seção *Bilhetes Postais*, outros estereótipos foram reforçados, no entanto, abriam também uma brecha para o protagonismo feminino, como veremos a seguir.

Bilhetes Postais e o sutil protagonismo feminino no *Jornal das Moças*

Uma seção que estava presente em todas as edições do *Jornal das Moças* era a de “Bilhetes Postais”. Tratava-se de um espaço dedicado ao envio de mensagens românticas, de forma anônima ou não, para as senhoras cariocas. Nessas páginas, os homens aproveitavam não só para enviar mensagens de amor, como também para proferir xingamentos e críticas àquelas moças que magoaram os seus corações ou que fugiam da tradicionalidade esperada e exigida às mulheres da época. Essa seção do periódico é fundamental, pois permite identificar ainda mais efetivamente o ideal da mulher “para casar” e o que era considerado desvio de conduta a partir da visão dos homens.

Um bilhete enviado anonimamente a uma mulher dizia que “a inocência é a couraça que protege a mulher; peca inocentemente seduzida por entes perversos... depois arrependida Deus dá-lhe a redenção!” (Jornal das Moças, 1920, ed. 252, p. 38). Ou seja, atribui-se à mulher a condição de pureza e inocência, além de fomentar uma lógica religiosa que “pune” as senhoras que se desviarem dessa tradição.

Grande parte destes bilhetes postais reforçam não só o esperado da mulher como também a ideia de que o amor incondicional, o perdão e os valores cristãos são parte da essência feminina e não devem, em nenhuma hipótese, ser abandonados por elas. Um desses recados, enviados a uma mulher chamada “Zezé” e assinado por “Príncipe do Oriente” demonstra isso ao dizer:

Oh! Por Deus não me acuses de ingratidão. Bem sabes o quanto hei sofrido. Vi-me tão só e triste, que o desespero se apoderou de mim, nervoso lancei mão à pena e te escrevi, indiretamente. Chamei-te de ingrata e cruel. Nesse mesmo dia recebi, carta tua, e mil vezes me arrependi, em ter-te escrito daquela forma, era tarde a carta seguira. Porém, boazinha como és, estou certo que me vais perdoar. O perdão é uma virtude sublime que só os corações sinceros, como o teu, pode habitar (Jornal das Moças, 1920, ed. 252, p. 38).

Dessa forma, o amor, visto e explicitado pelo *Jornal das Moças*, era tido como valor feminino atrelado ao perdão e aos corações puros e sinceros. Assim, as ações femininas eram reguladas por uma crença impregnada de ideais religiosos e conservadores que viam na pureza a característica indispensável para a mulher. A pureza na alma deveria ser sempre mantida a fim de não afastar essa mulher de Deus e dos costumes que a colocavam no lugar social da maternidade e do casamento (Priore, 2004).

A seção de bilhetes postais foi se aprimorando a cada edição do *Jornal das Moças*, ganhando mais espaço e contendo uma maior diversidade de mensagens. O aumento do número de páginas para os recados se deu por conta do aumento significativo do número de bilhetes enviados. Os envios passaram a ser não somente de amor e de conquista, mas também sobre amizade, elogios e outras formas de demonstração de carinho além da romântica. Entretanto, a maior parte deles ainda manteve, em todas as suas formas e dedicatórias, uma representação do que seriam a mulher e o amor ideias para a sociedade da década de 1920. Exemplo disso aparece na edição 253, de 1920: “A mulher é o que existe de mais sublime nesta abobada terrestre! No seio familiar ela traduz a simbolização do carinho, do consolo e do amor materno. O seu nome triunfa da lira dos poetas” (Jornal das Moças, 1920, ed. 253, p. 37). Novamente, vemos o reforço da ideia de maternidade como principal característica da mulher, restringindo o seu papel social ao privado e não ao público.

Outra característica importante da seção dos bilhetes postais é que algumas mulheres também passaram a enviar os seus recados. Por um lado, muitas delas usassem o espaço para menosprezar a sua própria existência e reforçar estereótipos. Por outro, podemos considerar que esse aparecimento de mulheres enviando recados de amor, amizade e paixão aos homens é um pequeno avanço quanto a sua atuação em uma imprensa formada majoritariamente por homens. Um bilhete enviado ao “Cyrenio Moreira” foi escrito por uma mulher que o assinou como “Deusa do Amor”:

De há muito que venho notando a nostalgia que te envolve o coração tornando-o insensível ao amor mesmo diante das maiores provas. Qual a razão desse cruel indiferentismo? Se me fosse dado saber, se eu pudesse decifrar o enigma que te envolve a alma, tudo faria para extirpar do teu coração a gelidez marmórea da indiferença inoculando-lhe em substituição o fogo ardente do amor. E se conseguisse, como me julgaria feliz, sumamente feliz! (Jornal das Moças, 1920, ed. 254, p. 43).

Estes bilhetes escritos por mulheres acabaram por se constituir em uma abertura para que mulheres pudessem se expressar neste impresso dominado por homens. Afinal, há mulheres escrevendo e publicando no periódico, falando sobre amor, se declarando.

Conforme supracitado, os *Bilhetes Postais* no *Jornal das Moças* representam um sutil avanço em relação à participação feminina na imprensa e na sociedade da década de 1920. Além disso, mesmo em algumas matérias escritas por homens é possível perceber os indícios de uma discussão menos supérflua sobre a mulher na sociedade como, por exemplo, o artigo intitulado “O voto feminino”, escrito por Sylvio d’Avila:

Para os espíritos alheados dos fenômenos sociais e políticos que vêm caracterizando a hora atual do mundo, o projeto do sr. Senador Justo Chermont, dando a mulher brasileira o direito do voto, apresentou-se como uma obra revolucionária. Bem sabemos que da cadeia dos tempos o elo mais difícil de quebrar é o da tradição. Tanto nos habituamos - com manifesta injustiça - a ver na mulher patricia apenas um objeto ornamental a despeito das iniludível provas da capacidade por elas dadas, que vemos com espanto, quase com revolta, aquilo que traduz, única e simplesmente, uma conquista da época liberal que atravessamos (...). Reflitam esses teimosos que o voto feminino é ideia vitoriosa hoje em quase todos os povos civilizados; e mais, que a mulher não pleiteia esse direito por fantasia da moda, antes conquistou-o nobre e bravamente com a documentação de sua capacidade política, administrativa e cidadã nos dias mais ásperos e trágicos da história. A mulher brasileira não passou por essa provação terrível, que dilacerou os corações de suas irmãs europeias; mas sua capacidade não é menor que a delas, e portanto não são menos dignos de atendimento os seus direitos (*Jornal das Moças*, 1920, ed. 237, p. 27).

O trecho acima mostra uma discussão interessante sobre o voto feminino e a importância dele para as “nações civilizadas”, além do destaque para a dificuldade em romper com a tradição que, nesse caso, sabemos se tratar da estrutura patriarcal que restringe o papel da mulher aos cuidados com o lar e a família. Ainda que de forma superficial, matérias como essa mostram uma pequena mudança nos temas colocados no periódico, que passa a não contar somente com dicas de vestuário ou manuais de comportamentos para as senhoras do Rio de Janeiro. Outra matéria, intitulada “O direito da mulher” e escrita por Oswaldo Gouveia, também destaca a importância dos direitos femininos:

Almas nobre e generosas, as mulheres tiveram e terão ainda em o Universo, a sua influência preponderante na organização da vida social. Corações puros e sinceros, características distintas, - as mulheres - deverão, por um princípio de Justiça e Consciência, ter os seus direitos equiparados aos do homem! (...) A Inglaterra teve os seus governos femininos, a França, o Luxemburgo, e por fim nós mesmos tivemos a regência da magna Isabel, e santa mãe dos desgraçados, que em pouco tempo de governo, em 13 de Maio de 1888, sancionou a lei da Abolição da Escravatura, que significa - Libertação do Brasil! (*Jornal das Moças*, 1920, ed. 239, p. 7).

O artigo supracitado referencia mulheres de destaque em diversas nações, inclusive a Princesa Isabel no contexto brasileiro. Ainda que reforçando visões como pureza e sinceridade atreladas à condição feminina, essa matéria, assim como outras da mesma natureza, demonstram uma preocupação do *Jornal das Moças* em colocar assuntos políticos e sociais em pauta de discussão para as mulheres, visto que se tratava de um periódico dedicado a elas. Portanto, o jornal é marcado pelo reforço de uma mulher ideal para a época, baseada sobretudo nos princípios da maternidade e do matrimônio, mas também é possível notar que o contexto pós Primeira Guerra Mundial, de abalo na estrutura social, econômica e cultural da sociedade, modificou, ainda que discretamente, o protagonismo feminino e o interesse em discutir temas mais relevantes que não tocassem unicamente à Moda e aos costumes tradicionais de uma sociedade patriarcal como a da década de 1920.

Considerações finais

As análises do *Jornal das Moças* permitiram identificar que a sociedade brasileira da década de 1920 refletia na imprensa as marcas de um conservadorismo que buscava estereotipar a mulher em suas diversas faces, sobretudo em relação à vestimenta, comportamento e tarefas. O papel social da mulher de responsável pelos cuidados com o lar e com a família era endossado por muitos homens que redigiam artigos para o periódico. Além disso, há o esforço de criar e defender a imagem da “mulher bela” que, aos moldes dessa imprensa, seria sempre bem vestida, jovem e com o corpo e rosto que agradassem e conquistassem aos homens.

Ademais, a seção de Bilhetes Postais foi fundamental para a análise do presente artigo, visto que a partir deles é possível identificar os traços do que seria o amor e a mulher ideal para aquela sociedade. Entretanto, esses recados, assim como outras matérias de emancipação, ajudam a identificar pequenos indícios de libertação e protagonismo feminino frente a uma imprensa e a uma sociedade impregnadas por estereótipos e visões limitadas sobre a mulher.

Essas discussões transcendem o tempo e a história, na medida em que são possíveis nas diversas épocas e sociedades que busquem estudar a trajetória das mulheres. O *Jornal das Moças* permite confirmar aquilo que Bell Hooks mostra ao dizer que “antes da libertação das mulheres, todas as mulheres, mais jovens ou mais velhas, foram socializadas pelo pensamento sexista para acreditar que nosso valor estava somente na imagem e em ser ou não notada como pessoa de boa aparência, principalmente por homens” (Hooks, 2021, p. 57).

Em síntese, podemos considerar que o *Jornal das Moças* reflete, por um lado, o predomínio de representações sobre a mulher nos anos 1920 que ainda estavam atreladas à ideia de família, sexualização e sujeição. Por outro lado, os bilhetes postais e o surgimento de temas ligados à defesa da mulher no espaço público, como o voto, por exemplo, representam uma sinalização do jornal para a aceitação de novos valores, que iriam ao encontro do tradicionalismo defendido pela própria revista. Neste sentido, existe um conflito neste impresso entre duas posturas diferentes: a defesa da mulher restrita ao espaço privado e a aceitação da mulher no cenário público.

Referências

- ALMEIDA, Jane Soares de. *Mulheres no cotidiano: educação e regras de civilidade. Dimensões*, vol. 33, 2014.
- ALVES, Zélia Maria Mendes Biasoli. Continuidades e rupturas no papel da mulher brasileira no século XX. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, vol. 16, n. 3, set-dez, 2020.
- FEIJÃO, Rosane. *Moda feminina e imprensa na Belle Époque*. IARA: Revista de Moda, Cultura e Arte: São Paulo, v. 5, n. 1, maio de 2012.
- FERNOCHI, Letícia. *Moda, imprensa feminina e ensino de história: os anos de 1914 a 1918 por meio do Jornal das Moças*. ANPUH Brasil – 31º Simpósio Nacional de História, 2021, Rio de Janeiro.
- HOOKS, Bell. *O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021.
- LAVIER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MOREL, Marco; BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, imagem e poder: O surgimento da imprensa no Brasil do século XIX*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.
- PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.
- PRIORE, Mary del. *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2004.

PRIORE, Mary del. *Histórias Íntimas: sexualidade e erotismo na história do Brasil*. São Paulo: Planeta, 2011.

SANT'ANNA, Denize Bernuzzi de. *História da Beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

SILVA, Úrsula Rosa da; SOARES, Diego dos Santos. *O Jornal das Moças: uma narrativa ilustrada das mulheres de 30 a 50 e sua passagem por Pelos nas décadas*. XVII SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DA ARTE, n.3, 2013, Universidade Federal de Pelotas.