

## **Todas querem ser bonitas: A mulher curitibana nas páginas da revista *Gran-fina* (1940)<sup>1</sup>**

Jasmine Aparecida Horst dos SANTOS<sup>2</sup>  
Nírcia Ribas Borges TEIXEIRA<sup>3</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Unicentro

### **Resumo**

A partir da análise do texto jornalístico, é possível perceber diferentes percepções que possibilitam variados entendimentos acerca do que é ser mulher em diferentes épocas. O objetivo desta pesquisa é analisar, através, principalmente, de textos presentes na seção “Todas querem ser bonitas”, presente na revista *Gran-Fina*, do início da década de 1940, o perfil da mulher curitibana da época, no que diz respeito às temáticas comportamento e família. Para essa discussão, buscamos utilizar referências dos estudos culturais, tais como Hall (2004), Escosteguy (2001), Bauman (2009), entre outros, além de utilizarmos o conceito de lugares de memória proposto por Nora (1993).

### **Palavras-chave**

Mulher; Identidade; Paraná; Memória.

### **Corpo do trabalho**

#### **Estudos Culturais, Imprensa e Memória**

O papel da mulher na sociedade muda ao longo do tempo. Suas funções, obrigações e subjetividades variam de acordo com o período histórico. A mídia, partindo do pressuposto de que é um lugar de memória contemporâneo, nos moldes propostos por Pierre Nora (1993), apresenta-se como um espaço privilegiado para percebermos essas variações do comportamento feminino em diferentes épocas. Para Barbosa (2007), o jornalismo é uma espécie de memória escrita de determinada época, porque retém principalmente aquilo que considera importante (ao levar em consideração os aspectos de relevância jornalística na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná – Unicentro. Bolsista da CAPES.

<sup>3</sup> Professora Orientadora do trabalho. Pós-doutora pela UFRJ. Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2005), Mestre em Letras pela Universidade Estadual de Londrina .

construção de suas pautas). Entretanto, isso não quer dizer que os discursos registrados nas páginas de jornais e revistas são a descrição da realidade.

Ao se constituir como documento, podemos pensar os meios de comunicação como um dos mecanismos contemporâneos de transformação do ausente no presente e, portanto, como lugar da memória contemporânea. Por outro lado, ao possuir o estatuto de texto, transforma-se em uma espécie de documento de época, regido pela convenção de veracidade necessária aos documentos – monumentos de memória. (BARBOSA, 2007, p. 51)

De acordo com Ribeiro (2005), houve uma reapropriação do jornalismo como fonte histórica. Isso ocorreu por conta da mudança da concepção que define que o mais importante não é o fato em si, mas sim a maneira como os sujeitos tomam consciência dele e assumem uma posição antes de o relatarem. Dessa forma, mesmo que sejam produzidas diferentes construções acerca do fato, há um fundo de referência neles, o que faz com que a mídia ainda tenha grande aceitação no que diz respeito à leitura de uma época.

A mídia é elevada, assim, ao estatuto de porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação do social, o que lhe confere, enquanto registro da realidade, uma certa ‘aura’. O jornalismo não só retrata a realidade e as suas transformações, mas também as registra e as deixa como legado às sociedades futuras. A mídia é a *testemunha ocular da história*. (RIBEIRO, 2005, p.115, grifo da autora).

Ribeiro (2005) reforça a ideia do jornalismo como uma “arena de discursos”, onde uma pluralidade de vozes – consonantes, contrárias, antagônicas – se manifestam, mostrando ou refletindo padrões de comportamento social. Essa “arena de discursos” dentro da revista escolhida como fonte de pesquisa possibilita aos seus contemporâneos encontrar, através da interpretação dos relatos jornalísticos, um sentido do mundo que os cercava naquele período que ganhavam destaque na imprensa e, mais especificamente, as percepções que se constroem sobre a mulher.

De acordo com Escosteguy (2001), os estudos culturais não configuram uma disciplina, mas sim uma área onde diferentes disciplinas se completam, visando ao estudo de aspectos culturais da sociedade. Essa área, não se constitui numa nova disciplina, mas resulta da insatisfação com algumas disciplinas e seus próprios limites.

Os Estudos Culturais atribuem à cultura um papel que não é totalmente explicado pelas determinações da esfera econômica. A relação entre

marxismo e os Estudos Culturais inicia-se e desenvolve-se através da crítica de um certo reducionismo e economicismo daquela perspectiva, resultando na contestação do modelo base-superestrutura. A perspectiva marxista contribuiu para os Estudos Culturais no sentido de compreender a cultura na sua "autonomia relativa", isto é, ela não é dependente das relações econômicas, nem seu reflexo, mas tem influência e sofre consequências das relações político-econômicas. Existem várias forças determinantes- econômica, política e cultural - competindo e em conflito entre si, compondo aquela complexa unidade que é a sociedade. (ESCOSTEGUY, 2001, p.04)

Escosteguy (2001) afirma, dessa forma, que a sociedade e sua complexidade, assim são por conta de diversos fatores, assim como a cultura, essa complexidade não é explicada por um só fator, mas sim por sofrer influência de diversos fatores.

De acordo com Hall (2004), um dos mais lembrados autores dos estudos culturais, a descentralização do sujeito acarreta a possibilidade dele ser constituído de diversas facetas identitárias, ora complementares, ora controversas. Para ele, existem três tipos de sujeito, o do iluminismo, que seria a figura do humano centrado, sem qualquer transformação ao longo da vida; o sociológico, que seria aquele que começa a transparecer a complexidade do mundo moderno; e o pós-moderno, em que a descentralização da sua identidade, provocaria uma mistura dos sistemas culturais que o cerca e acaba por constituir essa identidade em movimento.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um 'eu' coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 2004, p.13)

Dentro da revista, é possível, entender quais eram os papéis ocupados pela mulher na sociedade. De acordo com Scott (1995), através do estudo e análise do gênero feminino, pode-se chegar a uma definição de como eram as mulheres de determinada época, traçando uma espécie de perfil identitário. Para ela, o que interessa são as construções culturais sobre as diferenças, e de que forma que elas sugerem uma posição hierárquica dentro da sociedade entre a mulher e o homem. Scott (1995) afirma que “[...] o gênero é uma primeira maneira de dar significado às relações de poder” (p.116), deixando claro que esse não é o único campo, mas que provavelmente constitui um meio de dar eficácia à significação de poder no Ocidente.

Butler (2008, p.25) segue a mesma ideia de Scott (1995), ao afirmar que a divisão natural entre macho x fêmea está baseada, principalmente, em aspectos culturais. Segundo

ela, a distinção entre sexo e gênero parte de que o sexo é natural e o gênero é culturalmente construído. Segundo Butler (2008, p.26), nesse caso, não a biologia, mas a cultura se torna o destino. Ela contesta as características ditas “naturalmente femininas”, principalmente a dupla sexo/gênero, que serviu às teorias feministas até meados da década de 1980, quando começaram a ser questionadas.

Seguindo as ideias de Butler (2008), que acredita que o gênero é algo culturalmente construído, Bauman (2009) afirma que a identidade também é um conceito construído socialmente, no coletivo, e não na individualidade da pessoa. Dessa forma, a revista, através de suas reportagens e de outras questões envolvendo a sua produção, tais como a seleção de fontes, de matérias de capa, das fotografias, dos títulos, entre outros, auxiliam a delinear como ela entendia ser a identidade feminina, refletindo uma percepção de época acerca do tema.

Ter a necessidade de se transformar no que somos é uma característica da vida moderna (não da “individualização moderna”, uma expressão evidentemente pleonástica; falar de individualização e de modernidade é falar da mesma condição social). (BAUMAN, 2009, p. 184)

Dessa forma, Bauman (2009), acredita que a identidade não é algo pronto, mas sim algo construído socialmente, dependendo da interação social que há. Dessa forma, até mesmo a interação que acontecia entre o periódico e suas leitoras poderia ser vista como um estimulador de certas identidades, ou seja, muitas mulheres poderiam se inspirar nas identidades ditadas pela revista.

### **Revista *Gran-Fina* e os “assuntos femininos” (1940)**

Segundo Baptista e Abreu (2010, p.2), as primeiras revistas desembarcaram no Brasil no início do século XIX, junto com a Corte Portuguesa. A primeira brasileira, *As Variedades ou Ensaio de Literatura*, surgiu em Salvador no ano de 1812, seguindo os modelos de periódicos tradicionais utilizados no mundo editorial da época, que visavam difundir padrões e costumes sociais. As revistas de variedades, mais especificamente, surgiram em 1849, mas começaram a ter um formato parecido com as de hoje a partir de 1900. Apesar da modernização pela qual as revistas passaram, algumas características, tais

como a difusão de padrões e costumes, numa espécie de “manual civilizatório” continuaram.

Segundo Buitoni (1990, p.17), a revista funcionou como uma espécie de feminização da imprensa, pois: [...] "Lazer e um certo luxo foram-se associando à ideia de revista no século XX. E a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência". De acordo com a autora, entre os motivos pelos quais esse “relacionamento” entre a mulher e a revista aconteceu, estão o fato de as revistas de variedades começaram a utilizar uma linguagem pessoal, “conversando” com seus leitores e, nas seções femininas, essa diferença na linguagem era ainda mais notável. Dessa forma, é possível entender os motivos de se utilizar de um meio de comunicação tão querido pelas mulheres para incentivar uma “boa conduta”, por parte delas.

As constantes mudanças no cenário social também são refletidas no discurso jornalístico. Entende-se que, através da análise da revista *Gran-Fina*, é possível perceber as nuances dos lugares sociais e possíveis identidades construídas (HALL, 2005) pela e para a mulher no contexto paranaense. Huyssen (1996), apresenta um argumento sobre as relações da cultura de massa e o universo feminino surgidas no século XIX e que prevaleceram até meados do século XX. O autor explica que a leitora desse período é “construída” como uma pessoa subjetiva, emocional, passional, transformando-se, então, numa “mulher consumidora de literatura massificada” (HUYSSSEN, 1996, p. 43). Com esse perfil estigmatizado, nada mais consequente do que criar nas revistas seções que refletissem aquilo que se esperava delas, numa espécie de “manual”.

Maia (2000) aponta o desenvolvimento dos meios de comunicação como um dos fatores que potencializam o que ela chama de “pluralização da sociedade contemporânea”, já que, de acordo com ela, através dos meios de comunicação, as pessoas podem observar realidades diferentes. Entretanto, a autora ressalta que esse não é o único fator responsável pelas criações identitárias modernas, já que a fragmentação da vida social, causada pela urbanização, tem sua parcela nessas transformações, que faz com que o sujeito deixe de ter apenas o “eu” para se preocupar e acabe tendo que conviver com o “nós”.

A mídia introduz continuamente elementos para que os membros de determinadas formas de vida articulem seus referentes culturais. Os significados dados pelos quadros de referências locais têm que ser continuamente negociados com aqueles referentes mediados, isto é, com novos padrões de identificação e novos conhecimentos dados por outras comunidades que não estão no contexto local compartilhado. (MAIA, 2000, p. 48)

Durante o início da década de 1940, as revistas curitibanas tinham essa propriedade de introduzir comportamentos que eram esperados de seus leitores. No caso das colunas femininas, elas funcionavam como um manual de atitudes que eram esperadas e também daquilo que não deveria ser feito para que elas se mantivessem dentro dos preceitos da moral e dos bons costumes, e dessa forma, fossem respeitadas dentro da sociedade. De acordo com Bassanezi (2008), as revistas desse período traziam a reflexão de um consenso social sobre a moral e os bons costumes, promoviam valores de classe, raça e gênero dominantes naquela época:

Como conselheiras, fonte importante de informação e companheiras de lazer, as revistas influenciaram a realidade das mulheres de classe média de seu tempo assim como sofreram influências das mudanças sociais vividas – e algumas, também promovidas – por essas mulheres. (BASSANEZI, 2008, p. 609).

A revista *Gran-fina* foi fundada em Curitiba no início da década de 1940. Seu foco principal eram os acontecimentos gerais da sociedade paranaense, com destaque para assuntos que envolvessem diretamente a capital do estado. Embora seu público principal não fossem mulheres, elas estavam presentes em algumas matérias específicas do periódico e também em algumas colunas destinadas a elas, que tratavam, principalmente, de assuntos relacionados ao comportamento feminino.

Durante a década de 1940, as colunas e reportagens destinadas à mulher abordavam assuntos relacionados à vida da dona de casa, como o cuidado com o lar e a aparência. É difícil saber quem escrevia as reportagens da revista *Gran-fina*, pois a maioria das páginas não trazia o nome do responsável, salvo alguns casos. A revista tinha periodicidade quinzenal, com circulação em todo o Paraná e em um pequeno território catarinense. Cada exemplar tinha aproximadamente 60 páginas, onde se mesclavam páginas coloridas com preto e branco, além de seções fixas e aleatórias.

Lipovetsky (2000) traz algumas percepções a respeito da mulher em diferentes períodos histórico-culturais, traçando diferentes perfis. O primeiro é a mulher dos tempos primitivos, que exercia praticamente os mesmos trabalhos que o homem. Já o segundo diz respeito à mulher submissa, aquela que passa a apresentar uma feminilidade maior, mas que é considerada inferior ao homem. Nesta caracterização, enquadra-se a mulher da década de 1940, cuja identidade voltava-se para a posição de filha, mãe e esposa, o que era refletido pelas publicações da revista.

No início da década de 1940, período em que a revista *Gran-fina* circulou, Curitiba possuía 140 mil habitantes, que estavam divididos entre vinte bairros. A capital paranaense era tida como uma das mais industrializadas do país, entretanto, a agricultura também representava uma importante base da economia. Essa característica da cidade ainda estar ligada à atividades rurais, influenciava muito nos modos de seu povo, onde se mesclavam características de cidade moderna e outras de cidade interiorana. Segundo Boschilia (2010), havia, por parte dos governantes da época, um interesse na construção de uma imagem de cidade próspera e ordeira, em todos os sentidos, que englobavam desde o sentido político até o familiar.

A ida à missa ou ao culto dominical era um ritual cumprido semanalmente por grande parte da população curitibana. Homens e mulheres, com suas melhores roupas de passeio, assistiam à missa em alas separadas. No lado esquerdo, ocupado exclusivamente pelas mulheres, a mistura do branco e preto dos véus diferenciava as solteiras das casadas, bem como o caimento da roupa e o porte definiam a classe social de cada uma delas. Após a missa, os homens aguardavam na porta as esposas, noivas e namoradas e seguiam para casa a pé ou de automóvel, a fim de cumprir o restante do ritual de domingo. Depois do almoço com a família, os programas habituais, de acordo com cada faixa etária eram: matinê, futebol, ida ao clube, visita a parentes ou simplesmente repouso para enfrentar a semana seguinte. (BOSCHILIA, 2010, p.38).

Esses “hábitos”, típicos de cidades interioranas que foram trazidos para a capital, também eram perceptíveis quando o assunto era a imprensa paranaense. A predominância do público alvo das revistas era o masculino, entretanto, havia espaços dentro dos periódicos em que as mulheres eram o foco das matérias, normalmente em seções comportamentais.

Nesse período, com a crescente demanda de mão de obra, as mulheres começaram a conquistar seu espaço no mercado de trabalho. Segundo Boschilia (2010), a grande maioria estava ligada ao setor industrial, onde correspondiam a cerca de 11,4% dos mais de 12 mil trabalhadores ligados a esse setor. A maior parte dessas mulheres que começavam a despontar no mercado de trabalho vinham de classes econômicas mais baixas, e eram, quase em sua totalidade, moradoras dos subúrbios curitibanos.

Apesar de já ser possível encontrar a figura feminina no mercado de trabalho, a imagem de “ordem” que persistia na cidade fazia com que os espaços urbanos ainda tivessem sérias restrições ao que seriam lugares permitidos à mulher, e outros onde elas não eram bem vindas, ou, caso frequentassem, não eram bem vistas.

As mulheres, com exceção daquelas que utilizavam a própria rua como espaço de trabalho, sofriam limitações não só de horário, mas também de acesso a determinados locais. As confeitarias, principalmente aquelas que vendiam bebidas alcoólicas eram um exemplo típico de espaço proibido às mulheres [...] o acesso das mulheres a estes locais só era permitido se ela estivesse acompanhada por um homem. (BOSCHILIA, 2010 p.39)

Segundo Buitoni (1990, p.22), quase não há revista que não trate do tema coração, uma das vertentes do tema comportamento, que pode ter diferentes enfoques, seja o romance, o melodrama, a análise ou o sexo. E com as publicações paranaenses não era diferente, de forma direta ou indireta, o assunto relacionamento sempre vinha à tona. Uma coluna em específico, que esteve presente em praticamente todas as edições da revista, desde sua criação, e que sempre trazia assuntos relacionados ao tema do coração, era a “Todas querem ser bonitas”, um espaço assinado por alguém que se utilizava do codinome “Madame Helena”, uma consultora sentimental e de beleza. A coluna servia como uma espécie de manual de como a mulher deveria se vestir, se maquiar, se pentear, de modo a estar dentro dos padrões de beleza da época, que em muito se pareciam com os padrões adotados pela indústria hollywoodiana. Em alguns textos da coluna, é possível perceber que a mulher que não seguisse tais padrões era acusada de não estar se esforçando para encontrar um bom marido, ou então para estar bem apresentável na sociedade.

Seja amiga do seu esposo. Deixe-o viver sua vida. Seja uma boa esposa e nunca deixe-o mais estressado quando chegar em casa. Se ele vai para casa é para descansar, e é obrigação feminina ajudar-lhe nesta tarefa. (TODAS QUEREM SER BONITAS, 1941, p. 11).

Através da análise de revistas do começo da década de 1940, fica claro que, de acordo com a imprensa da época, casamento era o principal anseio que rondava as moças de então. Para “arranjar um bom partido”, o sonhado príncipe encantado, a forma de se posicionar socialmente era fundamental. Para se inteirar dos “truques” dessa árdua missão, nada mais confortável do que aprendê-los através das páginas de uma revista, em que os “manuais” já estavam prontos, e, portanto, bastava colocá-los em prática. A mídia impressa da época “cobrava” um perfil que deveria ser seguido pelas mulheres, fosse no campo pessoal ou profissional.

De nada há de adiantar ser naturalmente bonita, ter uma boa pele e bons dentes, se a moça não cuida de sua higiene. Nenhum homem há de se interessar por uma pessoa que não cuida bem do próprio corpo, pois, ela com certeza não cuidará do lar e do esposo. (TODAS QUEREM SER BONITAS, 1942, p. 15)



Devem, as moças, dedicar-se a manter uma boa imagem perante a sociedade. Nada de exageros, para não parecer espetaculosa, mas também nada de ficar apenas em casa, ou não conhecerá um bom partido, a não ser por um milagre do destino. (TODAS QUEREM SER BONITAS, 1942, p.18).

Algumas matérias traziam dicas de como a mulher deveria se portar no ambiente profissional. A maioria dos textos ainda chamava a atenção para o fato de que elas deveriam sempre agir de forma a não “mexer com a cabeça do patrão”. Isso mostra que havia muita pressão social sobre elas, e que a culpa por possíveis assédios seria sempre delegada à mulher. Dessa forma, era comum que a revista trouxesse dicas de como se portar no meio profissional. Essas dicas iam desde a roupa que se deveria usar até pedidos de que ela cuidasse para que um sorriso não fosse interpretado como sinal de segundas intenções.

Quanto ao riso, aconselho-lhe o provérbio seguinte: Quem ri por último, ri melhor. Rir o tempo todo pode passar uma imagem de mulher fácil, mas não rir também pode ser interpretado de uma maneira errada. Seja feminina e prefira sempre a moderação. (TODAS QUEREM SER BONITAS, 1941, p. 06).

Algo perceptível ao analisar a revista diz respeito a forma como a mulher era vista pelas próprias mulheres, ou seja, a visão que elas tinham delas mesmas. Em alguns trechos das colunas já mencionadas, há pedidos de conselhos e perguntas em que as mulheres se referem a outras mulheres.

Fico em dúvida se uma mulher conseguiria manter-se fiel à moral e aos bons costumes trabalhando fora de casa. Sou mulher e acredito que nosso papel é ficar dentro de casa e trabalhar em prol da felicidade da família. Se seu marido chega em casa, depois de uma longa jornada de trabalho ele espera encontrar seu jantar preparado, um bom banho quente e o colo de sua esposa, ela não quer encontrar uma esposa também cansada, e que queira discutir problemas de trabalho. (TODAS QUEREM SER BONITAS, 1941, p. 34).

A forma como a leitora se refere às mulheres que trabalhavam fora vem de encontro ao que Trindade (1996) fala sobre a objeção das próprias mulheres à presença feminina nos espaços públicos:

Dessa maneira, as próprias mulheres fazem, muitas vezes, objeção à presença feminina nos espaços externos, sobretudo em se tratando dos ambientes de trabalho. A discussão dessa possibilidade, cada vez mais presente no decorrer do período, atinge pontos mais polêmicos do que as

atribuições domésticas da mulher e alcança, por isso mesmo, uma gama mais variável de possíveis respostas. Há, porém, uma grande diferença na opinião pública sobre a atuação relativa ao trabalho e à participação simplesmente decorativa e benemerita da mulher na vivência social. (TRINDADE, 1996, p. 147).

## Conclusão

Entendendo a mídia como local de reiteração de sentidos, de representações, o principal objetivo desse trabalho foi analisar a forma como as mulheres da cidade de Curitiba eram representadas na revista *Gran-fina*, e de que forma o periódico se colocava como um “manual” a ser seguido pelas leitoras através da coluna “Todas querem ser bonitas”.

Percebe-se que as seções e colunas da revista utilizavam-se de dicas e conselhos para mostrar às leitoras a forma como elas deveriam agir em diferentes seguimentos da sociedade. Por se tratar de uma cidade bastante industrializada, mas que ainda procurava manter ares de cidade interiorana, observa-se que a revista insistia em promover perfis de boa filha, boa esposa e boa mãe, incentivando seu público leitor a manter, ou pelo menos, procurar manter, essas características.

Com esta análise de perfil identitário feminino pelas páginas da *Gran-fina*, tínhamos como objetivo, também, contribuir para o estudo da História da Imprensa no Paraná, um campo ainda vasto para exploração, apontando relações entre os discursos jornalísticos que circulam nesse espaço e a construção de subjetividades através deles.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz. ABREU, Karen Cristina Kraemer. **A história das revistas no Brasil**: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. UNISINOS/UNISUL-BR.

BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar**. Niterói: EdUFF, 2007.

BASSANEZI, Carla. **Mulheres dos anos dourados**. In: DEL PRIORE, Mary. História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2008.

BOSCHILIA, Roseli. **Entre fitas, bolachas e caixas de fósforos**. A mulher no espaço fabril curitibano (1940-1960). São Paulo: Contexto, 2010.

BUITONI, Dulcília. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os Estudos Culturais**. Porto Alegre: Faneccos, 2001.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2004.

HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do Modernismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**. S. Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MAIA, Rousiley C. M. “**Identities coletivas: negociando novos sentidos, politizando as diferenças**”. In: *Contracampo*, nº 5, Rio de Janeiro: UFF, 2000.

NORA, Pierre. **Entre história e memória: a problemática dos lugares**. *Revista Projeto História*. São Paulo, v. 10, p. 7-28, 1993.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **A mídia e o lugar da história**. In: HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Mídia, Memória & Celebridades*. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

SCOTT, Joan Wallach. “**Gênero: Uma categoria Útil de Análise Histórica**”. *Educação & Realidade*. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, julho / dez. 1995, p. 71-99.

TODAS QUEREM SER BONITAS. **Revista Gran-Fina**, Curitiba, n. 77, p.06, 1941.

TODAS QUEREM SER BONITAS. **Revista Gran-Fina**, Curitiba, n. 78, p.11, 1941.

TODAS QUEREM SER BONITAS. **Revista Gran-Fina**, Curitiba, n. 79, p.34, 1941.

TODAS QUEREM SER BONITAS. **Revista Gran-Fina**, Curitiba, n. 83, p.18, 1942.

TODAS QUEREM SER BONITAS. **Revista Gran-Fina**, Curitiba, n. 84, p.15, 1942.

TRINDADE, Etelvina Maria de Castro. **Clotildes ou Marias**: Mulheres de Curitiba na primeira república. Curitiba: Farol do Saber, 1996.