

A mulher retratada pelo jornal *Folha da Manhã* – 1925-30¹

Francielle KUAMOTO ²

Célio José LOSNAK ³

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

Resumo

O presente trabalho visa apresentar um estudo sobre a representação jornalística da mulher no jornal *Folha da Manhã*, no período de 1925 a 1930. A apresentação de uma análise histórica do perfil sociocultural do Brasil na época será exibida, identificando a concepção de jornalismo, os conceitos da mulher e do feminino representadas em textos informativos, opinativos, fotos e desenhos. A construção do perfil da mulher será apresentada segundo a imprensa da época que definia e veiculava imagens do feminino.

Palavras-chave: mulher; imprensa brasileira; jornalismo; gênero;

Introdução

Neste trabalho buscamos problematizar a representação que um veículo de comunicação fazia da mulher no começo do século XX, o jornal *Folha da Manhã*, e a relação que essa atuação teve com a formação da representação do feminino na sociedade da época. O jornal pertencia e era dirigido por Olival Costa e Pedro Cunha até que foi destruído pelas forças vitoriosas da revolução de 1930 e as instalações vendidas para Otaviano Alves de Lima.

A *Folha da Manhã* era a versão diária e matutina do jornal *Folha da Noite*, um vespertino criado em 1921 que trabalhava com textos curtos visando à uma leitura de fácil entendimento, com uma perspectiva mais noticiosa do que opinativa. Eram abordados assuntos considerados de maior relevância social, e que afetavam de forma significativa o dia a dia da população paulistana da época. A *Folha da Noite* foi criada com apoio do jornal

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O texto é resultado de uma pesquisa de iniciação científica financiada pela FAPESP.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UNESP, email: francielle.fhk@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UNESP, email: losnak@faac.unesp.br

Estado de S. Paulo, que era um veículo conservador, com visão mais tradicional e representava a elite paulista. O novo diário ocupou o espaço de outro vespertino que havia sido fechado. Uma edição vespertina extra do *Estadão*, o *Estadinho*, criada para noticiar questões sobre a primeira guerra mundial, foi cancelada e a Folha da Noite aproveitou o vazio no fim da tarde e explorou o interesse da população para se manter sempre atualizada (PINTO, 2012, p.14).

A *Folha da Noite* trabalhava o ideário das classes médias urbanas e se caracterizava por um pálido reformismo, pelo fiscalismo e pela atenção aos temas do urbano (MOTA; CAPELATO, 1981, p.V). Os fundadores não utilizaram a técnica do sensacionalismo buscando atrair a atenção das classes populares. O jornal era mais leve, informativo e crítico, com notícias rápidas e mais acessíveis ao povo (MOTA; CAPELATO, 1981, p.26). E tinha como missão fiscalizar as ações do governo e buscava manter uma linha política apartidária e independente.

O país passava por um momento de grande contestação política, permitindo um maior espaço para os veículos oposicionistas (MOTA; CAPELATO, 1981, p.VII). A década de 1920 foi chamada de “anos loucos”; período em que o mundo vivia as consequências da recente experiência de uma Guerra Mundial (RODRIGUES, 2010, p.5). A Guerra acelerou a emancipação feminina, definiu novos valores morais, encorajou o desenvolvimento tecnológico e permitiu que a produção cultural, embora focada em Paris, não continuasse limitado ao círculo europeu ocidental.

Criada em 1925, a *Folha da Manhã* visava aos profissionais liberais, comerciantes e pequenos proprietários. As principais críticas do veículo eram voltadas aos partidos republicanos que monopolizavam o governo brasileiro. A *Folha* chegou até a apoiar o novo partido de oposição, o Partido Democrático (PINTO, 2012, p.17). Em 1926 já era claro esse apoio. Existiu, inclusive, uma seção chamada Folha Democrática que apresentava opiniões e ideias a favor do partido, além de incentivar e chamar os leitores partidários a se unirem em reuniões ordinárias. Ela estabelecia como princípio de sua linha editorial a busca por um jornalismo crítico e expressava novas tendências jornalísticas do momento; afirmava colocar ao alcance do público leitor todo conteúdo que a edição vespertina não teria conseguido publicar. Mota e Capelato afirmam que

do ponto de vista jornalístico propriamente, Olival Costa ajudou a conceber em São Paulo um novo tipo de jornal, em que tudo era notícia. Só os “focas” se queixavam da falta de assunto. Mas tudo é notícia desde que se saiba ver, entender e explicar. Não mais “assuntos literários”, distantes e tratados em linguagem sofisticada para um círculo fechado. Olival abriu seu jornal para um novo tipo de leitorado (...). Não mais um jornal que sobrepairasse à sociedade, mas que a internaliza-se, veiculando-as, essas novas e difusas aspirações de setores intermediários da população (MOTA; CAPELATO, 1981, p.23).

A *Folha da Manhã* era um jornal diário e tinha de oito a quarenta páginas, com seções fixas e um noticiário bastante extenso. Existiam seções diversas como de Esportes, Telegramas, Ribaltas & Projeções, Vida Social, Vida Artística, A Justiça, Parte Comercial, Necrologia, Notas Oficiais, Loterias, Editais e Anúncios. Outras seções apareciam com menos frequência e sem periodicidade determinada, como era o caso da seção de apoio ao Partido Democrático. Muitas colunas e artigos de opinião sobre assuntos polêmicos ou não para época ocupava parte considerável do impresso.

Em 1929, as *Folhas* passaram a publicar, com mais frequência, textos de incentivo ao governo federal. Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato (1981) acreditam que a mudança de posicionamento em relação ao governo denota a hipótese de “ordem” que se intensificava com a provocação da crise política, o medo de transformações radicais e a necessária defesa dos interesses paulistas. E essa preocupação se expandiu para seções diversas dentro do veículo, inclusive no tema voltado para a mulher.

Os conteúdos abordados, pelo menos aqueles que eram direcionados para a mulher, eram estrategicamente direcionados para o público alvo. Principalmente os anúncios, que apareciam explicitamente nas últimas páginas, tinham a classe média urbana paulista como foco. O jornal apresentava a representação do feminino através de palavras ditadas por homens, jornalistas e comunicadores, que se posicionavam seguindo uma linha de pensamento bastante tradicional. Grande parte dos seus textos estimulava o modelo sociocultural desenvolvido para definir o feminino. Buitoni (1981) afirma que se formou uma exigência à figura feminina, nos anos 1920, para seguir padrões culturais e comportamentais, inclusive o seu modo de pensar sobre diversas situações e convenções. Passa a ser desenhado pela imprensa da época um modelo de mulher, tendo suas condutas, funções e obrigações delineadas (CAMPOS, 2007, p.83).

A Mulher na Imprensa

As revistas femininas brasileiras nasceram para divulgar a literatura e a moda, e já tinham certa tradição desde a segunda metade do século XIX. Elas foram idealizadas para fins de entretenimento e cultura, se revelavam qualitativas, definindo o papel social e determinando os padrões de comportamento que eram desejáveis para uma mulher na época, traçando regras de pensamento e, principalmente, de conduta. As revistas femininas eram veículos privilegiados de imposição de um modelo social (LUCA; MARTINS, 2008, p.117)

Entretanto, a ameaça a esse idealizado padrão aparecia nas mesmas páginas em que estavam estampadas as receitas da mulher perfeita: o mundo do consumo invadiu o universo feminino, não mais somente com propagandas de panelas, produtos de limpeza e linhas de bordado, mas com sugestões de modernidade que se configurou na imagem de uma mulher esportiva, liberada, que fumava cigarro e dirigia automóveis, engendrando o estereótipo da mulher perigosa (LUCA; MARTINS, 2008, p.118).

De uma forma ou de outra, existiu por trás dos órgãos midiáticos a imposição de um modelo dado como produto ideológico, representando aquela mulher que uma sociedade comandada por homens esperava ver. A mulher foi cobrada por comportamentos, etiquetas, pensamentos, que eram fundamentais para a sua imagem social.

A pesquisadora Dulcília Buitoni (1981) afirma que ainda não foi possível realizar um levantamento completo de tudo o que já se foi publicado sobre a mulher no Brasil, mas que seus estudos apresentam um esboço concreto, real, sensível de uma pequena história da imprensa feminina brasileira. Ela focou nos anos de 1910 a 1950 e procurou retratar os contornos da mulher na imprensa feminina, fazendo uma leitura pessoal de uma série de elementos encadeados (BUITONI, 1981, p.XI). Seus estudos esbarraram não só em imagens mais ou menos próximas da real mulher, mas também em diversos mitos presentes nos mais de noventa anos de imprensa feminina. Mitos como a “sacerdotisa” da beleza nos anos de modernização da burguesia ou a “garota moderna” dos anos dourados (1950). Segunda ela, analisar essa perspectiva que rege os textos da época é ir atrás de ideologias e identificar qual a verdadeira percepção que se tem da mulher nos meios de comunicação (BUITONI, 1891, p.XI).

A imprensa feminina foi capaz de atingir metade do gênero humano e influenciar toda uma vida social. Milhões de homens e mulheres leem os suplementos e as revistas

dessa imprensa que transmitem ideias, costumes e visões sociais influenciadas por padrões culturais durante anos. A imprensa feminina se desenvolveu em diversos países, provando que o interesse não era apenas da indústria cultural, mas também de questões mais complexas como o papel social da mulher ou a sua participação política na sociedade (BUIIONI, 1891, p.1).

Dulcília afirma que a imprensa feminina no Brasil não fez uso frequente de um jornalismo informativo, sua linha editorial estava mais voltada para a diversão, o opinativo, o jornalismo de serviço. A autora procurou em seu trabalho o significado do conceito “mulher” dentro dessa imprensa, analisou as condições femininas na época, procurou qualidades praticamente abstratas como a maternidade, a beleza, a suavidade, a doçura e a pureza (BUIIONI, 1891, p.2).

Devido a esse estereótipo preso ao senso comum que criou uma ideia falaciosa vinculada à imagem da mulher, transformando-a em um ser à parte da realidade social, ela era feita e projetada para ser e cumprir com padrões e expectativas indiferentemente das condições político-sociais. A preocupação feminina para a imprensa resumia-se em meia-dúzia de temas: moda, beleza, culinária, decoração, costura, novelas. A maioria, se não o conjunto absoluto de notícias, era de pauta fria, não havia a necessidade de uma data exata para publicação, provando certo desligamento com o mundo real. O jornalismo feminino já nasceu secundário, tendo como função o entretenimento (BUIIONI, 1891, p.4).

Muitas das obras criadas para a mulher especificamente ressaltava que ela não devia se intrometer em questões políticas, deveria se voltar para cuidar do lar, da higiene, da educação dos filhos e, principalmente do bem estar do marido. Ela também era comparada à natureza e à música, dando lhe características e virtudes desejáveis, mas não necessárias. Comparações morais também foram feitas, em que acentuavam virtudes passivas. O feminino foi posto praticamente como um ser abstrato, incorpóreo e não personificado. A mulher não foi retratada como um ser real de carne e osso, mas como a metade idealizada do gênero humano. E a imprensa anarquista não ficou calada frente a essa mitificação da figura feminina, por exemplo, Maria Lacerda trabalhou com o objetivo de educar econômica e socialmente a mulher, elevando o seu estado social e espiritual, sem envolver os valores religiosos (BUIIONI, 1891, p.37).

Carla Bassanezi (2001) retrata, em seu estudo da imprensa dos anos 1950, o pensamento, as tradições, a cultura da sociedade em relação à mulher, especialmente quanto à sexualidade, ao comportamento e aos “bons costumes”. Ela estuda os padrões do feminino e que foram desenvolvidos na classe média no Brasil e publicados em revistas de variedades, tais como *O Cruzeiro* e *Manchete*, bem como em algumas voltadas especialmente para as mulheres. Apesar de ser um material que circulou décadas depois da *Folha da Manhã*, ele é esclarecedor para reconhecer a atuação da imprensa em relações à questão feminina.

Bassanezi (2001) afirma também que a época era herdeira de ideias antigas, de que a mulher nascera apenas para ser dona de casa, esposa e mãe, e sabia da importância que um casamento tinha para a vida dela. Ela aprendia que o sexo era considerado diferente para homens e mulheres, que a felicidade conjugal dependia unicamente do desempenho dela e que ela deveria estar voltada para o bem estar do marido trabalhador. Entretanto, isso não quer dizer exatamente que todas as mulheres pensassem e agissem de acordo com tais regras e pré-conceitos sociais. Muitas moças com mais ou menos ousadia quebraram padrões e praticaram com muita coragem atividades e práticas proibidas nos anos 50.

A mulher era definida como perfeita quando executava papéis tradicionais, tais como a ocupação doméstica, o cuidado com os filhos e com o marido, e das características próprias da feminilidade, como o instinto materno, a pureza, a resignação e a doçura. A diferença sexual era predominante nessa sociedade. A figura ideal dos anos dourados era aquela que não se queixava, que não exigia atenção, a que não dava gastos absurdos, a que sempre estava bela e que dominava a arte da cozinha e do lar (BASSANEZI, 2001, p.630).

Essa figura idealizada aparece na imprensa retratada de forma opinativa, a sua imagem é traçada como modelo comportamental e exigido pela sociedade. Isso era retratado nas páginas dos jornais em espaços reservados para as mulheres ou não. Aquela que não seguisse esses padrões ou os conselhos presentes nos jornais e revistas estaria indo contra a sua natureza e não poderia ser realmente feliz ou fazer alguém feliz (BASSANEZI, 2001, p.609).

A mulher ganha a sua página no jornal *Folha da Manhã* no ano de 1928, em que o conteúdo é praticamente fixado naquela meia-dúzia de temas que uma sociedade liderada por homens gostaria que ela fizesse/soubesse.

A imprensa colaborou significativamente na construção, disseminação e circulação de uma série de representações das figuras femininas, que acabaram contribuindo na elaboração de um determinado conceito de mulher. As idealizações formadas pelos periódicos buscavam padronizar a imagem feminina compacta e transparente. Essa tentativa se traduziu numa série de escritos sobre ideais da feminilidade, concretizados ora na moda, ora para a beleza, ou, ainda, no processo de reiteração relacionados à maternidade, ao casamento e às profissões adequadas ao “belo sexo”. Ideias fixas sobre coisas, fatos e pessoas formularam os estereótipos comportamentais (CAMPOS, 2006, p.2).

No jornal *Folha da Manhã*, a mulher já é citada em sua primeira edição. Ela aparece nas seções de literatura e cinema, educação e economia doméstica, em colunas opinativas e pequenas notas informativas. Ela é exibida como uma figura que preza a vaidade, como conhecedora da potencialidade da beleza, os atributos considerados naturalmente femininos.

Por outro lado, é importante enfatizar que havia também algumas mulheres de elite que se destacavam como personagens do processo de aparecimento de jornais e revistas feitos por ou para mulheres, mostrando alguns deslocamentos dos costumes sociais da vida feminina na década de 1920. Em pequenas folhas e revistas, senhoras da sociedade paulistana, aglutinadas em restritos grupos e associações, passam a atuar em um campo que antes não lhe era próprio (CRUZ, 2000, p.24). Ao mesmo tempo, Barbosa (2007) defende que a leitura não era privilégio apenas das mulheres de maior poder aquisitivo, mulheres pobres também podiam ler textos impressos e fazer deles um meio de pensar criticamente sobre suas condições sociais.

O estudo da representação da mulher, personagem de uma história hierarquizadora e segregadora, é importante para a compreensão da mulher moderna e de como uma sociedade comandada por homens entendiam e lidavam com ela por meio das páginas impressas. Desenvolvendo não apenas um estudo de autoconhecimento, mas formulando uma reflexão sobre as heranças culturais que a imprensa nos legou, a importância deste projeto é, mais do que problematizar a inserção da mulher na sociedade brasileira, é também compreender o papel da imprensa nesse processo.

E é possível identificar a mídia como um espaço de educação para esses padrões, que, conseqüentemente, dissemina, prescreve e perpetua valores e códigos de comportamento e atitudes até hoje. Além disso, as *Folhas* tinham uma visão urbanística

modernizadora, preocupada com as questões da infraestrutura de São Paulo. Assim, a marca das Folhas era o caráter de fiscalização do Governo, e para Olival um jornal deveria ser uma escola de civismo, em que se estimulava à integridade e a elegância nos métodos de combate (MOTA; CAPELATO, 1981, p.24).

Métodos e técnicas utilizadas

O trabalho foi estruturado segundo a análise das edições do jornal *Folha da Manhã* no período determinado pela pesquisa. As edições foram estudadas uma a uma, desde a edição de número 1, impressa em 1/07/1925, até a edição 1.957, do dia 31/12/1930, obedecendo a uma linha de prioridade de assuntos, que no caso tem a mulher e a sua relação social como foco do estudo. As edições foram analisadas no acervo digital do jornal *Folha de S.Paulo*.

A pesquisa trabalha em conjunto com alguns estudos sobre gênero, da produção jornalística sobre a mulher, sobre as teorias de produção social do texto jornalístico e da abordagem histórica em torno dessas temáticas. Os estudos de gênero consideram que a vida social e os vetores que a organizam como, por exemplo, tempo, espaço ou a diferença entre os sexos, são desenvolvidos e estabelecidos socialmente através de um sistema de representações. A produção impressa sempre trabalhou na construção cultural da sociedade. O jornalista trouxe a informação, elaborando a estrutura social que a sociedade pode se basear.

Além disso, outros textos e obras da mesma época e de anos posteriores que trazem a representação da mulher dada por grupos sociais e que mapearam condutas comportamentais para a sociedade foram estudadas para ampliar o domínio sobre a temática abordada. Foi realizado um fichamento e uma resenha de todos os textos articulados neste estudo. Debates e discussões sobre o tema também foram feitas com outros alunos pesquisadores em grupos de estudos, buscando esclarecer questões e reforçar a propriedade teórica necessária para conduzir a pesquisa.

Descrição do processo/experiência

O jornal *Folha da Manhã*, assim como a maior parte dos veículos de comunicação da época, liderada e produzida por conceitos e visões masculinas tradicionais, tinha como

uma preocupação o controle do funcionamento da sociedade, inclusive do seu papel social. E a figura feminina não era uma exceção.

A imprensa apresenta certo reconhecimento e caracterização do perfil da mulher no período, exibindo a sua função social em uma realidade cheia de transformações, o seu papel no seio do ambiente familiar, suas ações como transmissora de ideologias e formadora das novas gerações. Essa última ação, trabalhada pelas mídias, deve incentivar uma reflexão sobre a realidade temporal, desenvolvendo o feminino, não como um complemento da família, mas como um importante agente de mudanças pela função que exerce na sociedade (CARVALHO, 1995, p.1).

A *Folha da Manhã* apresentou a figura feminina em diversas vertentes, seja em relação à educação religiosa; como uma poderosa aliada dos médicos, trabalhando como mediadora de produtos de saúde e higiene da família; expôs a violência doméstica; a vida artística; a mulher como Rainha do Lar, exibindo uma imagem de domínio e controle; a moda vinculada principalmente à publicidade; publicou a luta de mulheres em todo o mundo por meio de movimentos feministas.

Nos seis anos de análise, o incentivo oferecido não variou muito. Uma pequena abertura para a luta feminista apareceu, apenas noticiando as investidas. Poucos eram os textos que apresentavam um posicionamento pessoal à favor ou contra. Menor ainda era o número de textos assinados por mulheres, que podem ser reais ou pseudônimos. A teoria é válida para a situação contrária também, em que mulheres utilizavam pseudônimos e assinavam textos como autores homens. Uma pequena nota aparece em MAIO do ano de 1928 publicando uma situação dessa, e no caso, a SENHORA passou décadas escrevendo por meio de seu pseudônimo.

A insistência cultural em relacionar a figura feminina com a beleza e a sensibilidade não é nova. A relação de que a beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, percorre décadas e as diversas transformações culturais que as sociedades se submeteram (SANT'ANNA, 1995, p.121). E é em cima dessas construções culturais que a imprensa se baseou para reforçar ou oprimir determinadas características do embelezamento e da conduta social da mulher nos anos 1920.

As sociedades ocidentais em sua maioria receberam fortes influências de dogmas religiosos em sua construção sócia histórica, principalmente, da Igreja Católica. Diversos textos publicados pela *Folha da Manhã* apresentaram a visão do Papa e do Vaticano, conduzindo a opinião pública de acordo com os seus interesses. Aquela mulher que queria ser vista com bons olhos diante do Deus católico ou de seus representantes seguiria tais dogmas pregados. Existia uma fiscalização por parte da sociedade que ainda era majoritariamente cristã. O comprimento das saias, o tamanho dos decotes, o comprimento das mangas dos vestidos, tudo era meticulosamente exposto, contudo era um conteúdo apenas para o público feminino. Não havia textos educativos/orientadores que apresentassem a vestimenta ideal para o homem diante de Deus, por exemplo.

O trabalho de educação sócio comportamental desenvolvido e incentivado por uma parcela poderosa da aristocracia brasileira também sofreu influências diretas das grandes potências mundiais da época como os Estados Unidos e a França. As ideias e costumes da elite francesa foram as mais fortes inspirações, dominando durante anos o estilo de vida e principalmente a moda dos brasileiros. A mulher brasileira foi claramente educada para aceitar e seguir esses perfis, fomentados pela imprensa. A moda era o principal tema das matérias direcionadas à mulher da época e quando a influência vinha da França, era lei para a mulher que quisesse aparentar sofisticação e elegância.

Todo produto ligado à vestimenta que tivesse o título “inspiração parisiense” ou “modelo parisiense” teria espaço nas páginas da *Folha*. As últimas páginas do jornal eram reservadas para a publicidade e parte significativa tratava de moda, e dessa, majoritariamente, eram sobre produtos franceses. As páginas que variavam de uma à seis continham diversos anúncios de lojas que ressaltavam o fato de possuir peças vindas de Paris, exibindo a forte influência do país que ditava regras no mundo e da importância que isso tinha no cenário cultural e econômico do Brasil no período.

A produção impressa produzida e destinada exclusivamente ao público feminino continha ambiguidades e era restrita. E evidentemente, este novo perfil que os veículos de comunicação passam a apresentar para o cenário sociocultural não faz referências à mulher operária pobre. O pouco que o jornal falou sobre a mulher operária nesses seis anos de análise foi acidente de trabalho. Questões como a segurança, jornada de trabalho, carga horária, assédio, cuidados com a aparência e a família, não foram abordado para essa

mulher. Notas minúsculas sobre acidente de trabalho citavam essa mulher em condições deprimentes. O jornal *Folha da Manhã* retrata a mulher da classe média e alta da sociedade paulista do Brasil dos anos 1920. A elaboração do conteúdo que era direcionado para a mulher é claramente àquelas das classes mais privilegiadas.

O progresso e a transformação da imprensa periódica feminina foram responsáveis pela participação cada vez mais ativa da mulher na sociedade, tendo em vista o desenvolvimento cultural, sobretudo no segmento da classe média. No segundo ano de veiculação do jornal, 1926, uma pequena tendência ao estímulo da vida profissional da mulher já é apresentada para a sociedade da época. Os veículos de comunicação passam a exercer o papel de mediador entre a produção e o consumo da informação nesse espaço social (CARVALHO, 1995, p.7). Apesar do estímulo ao trabalho começar a aparecer nas páginas do jornal, ainda em 1930, parte considerável do conteúdo destinado à mulher ainda reforçava as suas funções como uma dama do lar e da família.

Considerações Finais

A temática da proposta é importante não apenas para definir a mulher moderna, mas também para conhecer de que maneira a imprensa utilizou a mídia impressa para definir e veicular essa figura feminina. Vale ressaltar o papel de educador que a mídia possuía/possui e que foi fundamental para esse processo de identificação cultural.

A *Folha da Manhã*, sendo um dos principais veículos de comunicação e fonte de informação pública, apresenta pela escolha do público alvo a relevância social e o interesse da mídia da época. A representação do feminino pelo veículo objetiva a efetivação educacional, não só da conduta comportamental, mas também a forma de pensar e acreditar da sociedade.

Uma sociedade é apresentada e analisada tendo as diversas referências socioculturais vinculadas ao desenvolvimento de metade do gênero humano no país. Essa construção exhibe uma herança influente e revela a importância da temática, que além de tudo, aborda a formação moral e humana da mulher brasileira.

Referências

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa**. Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: PRIORI, Mary Del (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 5 ed. p. 607-639. São Paulo: Contexto, 2001.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel**. A representação da Mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Loyola, 1981.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e Literatura em Convergência**. São Paulo: Ática, 2007.

CAMPOS, Raquel Discini de. **Mulheres e Crianças na Imprensa paulista (1920-1940)**. São Paulo: Editora da Unesp, 2009.

CAMPOS, Raquel Discini. Bom gosto e justa medida: ideais de feminilidade no discurso dos jornais da Araraquarense (1920-1940). In: **IV Congresso Brasileiro de História da Educação**, Goiânia, 2006.

CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Lígia. **O Bravo Matutino**: imprensa e ideologia no jornal. O Estado de S. Paulo. São Paulo: Alfa-Ômega, 1980.

CARVALHO, Kátia de. A Imprensa Feminina no Rio de Janeiro, anos 20: um sistema de informação cultural. In: **Ciência da Informação**. Vol.24. 1995

COSTA, Cristiane. **Pena de Aluguel**: escritores jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CRUZ, Heloísa de Faria. **São Paulo em Papel e Tinta**: periodismo e vida urbana – 1890-1915. São Paulo: EDUC; FAPESP; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000.

CRUZEIRO, O. Mulheres em Revista: O jornalismo feminino no Brasil. In: **Caderno de Comunicação**. Secretaria Especial de Comunicação Social da prefeitura do Rio de Janeiro, 2002. (internet)

FERREIRA, Verônica. **Entre Emancipadas e Quimeras**. Imagens do Feminismo no Brasil. Cadernos AEL, n. 3/4, 1995/1996. (internet)

FERREIRA, Marieta de Moraes; PINTO, Sumara Conde Sá. A crise dos anos 1920 e a Revolução de 1930. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de A. N (org). **O Brasil republicano**. Vol.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

GROSSI, Miriam; LAGO, Mara. **Identidade de Gênero e Sexualidade**, Antropologia em Primeira Mão, 24, Florianópolis: PPGAS/UFSC, 1998. (internet)

HEILBORN, Maria Luiza. “De que gênero estamos falando? In: **Sexualidade, Gênero e Sociedade**. ano 1, nº 2 CEPESC/IMS/UERJ, 1994. (Internet)

LUCA, Tânia Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Org.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MALUF, Mariana; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: **História da Vida Privada no Brasil**. v.3. São Paulo: Companhia das Letras.

MOTA, Carlos Guilherme; CAPELATO, Maria Helena. **História da Folha de S.Paulo**. São Paulo: Impress. 1981.

PINTO, Ana Estela de Souza. **Folha pela Folha**. São Paulo: PubliFolha, 2012.

PRIORI, Mary Del (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 5 ed. São Paulo: Contexto, 2001.

RAGO, Margareth. **Do Cabaré ao Lar: a utopia da cidade disciplinar**. Rio de Janeiro. Paz e Terra. 1985.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart, **Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 1950**. Rio de Janeiro: -papers, 2007.

RODRIGUES, Marly. **O Brasil na década de 1920**. 3.ed. São Paulo. Memórias.2010.

SAN'TANNA, Denise B. Cuidados de Si e Embelezamento Feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: **Políticas do Corpo**. p.121-139. São Paulo: Estações Liberdade. 1995.

SCOTT, Joan. **Gênero: Uma categoria útil de análise histórica**. Educação & Realidade. 1995.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao Vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. V.1.2.ed. Florianópolis: Insular. 2005.

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo – Análise e Textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Livraria Minerva Editora. 2000.

VALVERDE, Marcia de. Moda dos anos 20 aos 60/ Moda francesa. In: **Pessoas do século passado**. 2009. (internet)