

## De Mulher pra Mulher: Semelhanças e Diferenças entre o *Jornal das Senhoras* e os Blogs Femininos<sup>1</sup>

Lucia Maria Marcellino de SANTA CRUZ<sup>2</sup>  
ESPM Rio

### Resumo

Este artigo é fruto de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Núcleo de Pesquisas da ESPM Rio, no biênio 2014-2016, a qual propõe um estudo comparativo entre o primeiro jornal brasileiro escrito por mulheres para mulheres no século XIX e alguns blogs femininos, produzidos nesta segunda década do século XXI. Usando a pesquisa bibliográfica, a análise documental e o levantamento de mídia, se apontam as semelhanças entre estes dois tipos de produção, separados por quase dois séculos, que elegem como público prioritário as mulheres.

### Palavras-chave

Imprensa feminina; *Jornal das Senhoras*; Blogs de moda; Imprensa no século XIX

### Introdução

O *Jornal das Senhoras* surgiu no cenário da imprensa do Rio de Janeiro em 1852, destinado ao público feminino. É considerado pela historiografia o primeiro periódico redigido por mulheres no Brasil (BAHIA, 1960, 1990; BARBOSA, 2013; BARBOSA, 2010; BUITONI, 2009; CABRAL, 2008; GONÇALES, 2014; LIMA, 2008, 2010, 2012; OLIVEIRA, 2009; SODRÉ, 1999; SOUZA, 2012; VASCONCELLOS E SAVELLI, 2006)<sup>3</sup>. Sua fundadora, a feminista argentina Juana Manso Noronha, afirma este caráter pioneiro na primeira edição do jornal:

O *Jornal das Senhoras* redigido por uma Senhora mesma: por uma americana que, senão possui talentos, pelo menos tem a vontade e o desejo de propagar a ilustração, e cooperar com todas as suas forças para o melhoramento social e para a emancipação moral da mulher. (NORONHA, 01jan1852, p.1)<sup>4</sup>

Até então, os veículos direcionados para as leitoras eram elaborados e dirigidos por homens. O primeiro deles foi *O Espelho Diamantino*, datado de 1827, publicado no Rio de

---

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

<sup>2</sup> Docente da ESPM/Rio, Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), email: lucia.santacruz@espm.br.

<sup>3</sup> Muzart (2007) chama a atenção para o jornal *Belona irada contra os sectários de Momo*, que circulou no rio Grande do Sul nos anos de 1833-1834 e era editado pela gaúcha de Rio Pardo Maria Josefa Barreto Pereira Pinto (1787-1837). Conhecido como *Belona*, era um periódico conservador, destinado a combater os liberais no estado. Não se destinava ao público feminino, e por este motivo este artigo (e a pesquisa que lhe dá origem) considera o *Jornal das Senhoras* como o primeiro escrito por mulheres e voltado para elas.

<sup>4</sup> Optou-se por manter a ortografia da época em todas as citações do *Jornal das Senhoras*.

Janeiro, seguido de *Espelho das Brasileiras*, de Recife, do ano de 1831, e de *O Correio das Moças*, do Rio de Janeiro, em 1839.

O *Jornal das Senhoras* tinha como objetivo tratar de temas como belas-artes, literatura, moda, além de tentar despertar a consciência feminina para que estas reivindicassem melhores condições educacionais e acesso ao mercado de trabalho. Desde o início, contestou o domínio masculino na direção dos veículos de imprensa, como no editorial escrito por Joana Manso de Noronha. “Ora pois, uma Senhora a testa da redação de um jornal! que bicho de sete cabeças será?” (NORONHA, 1jan1852 p.1) A maior parte dos textos era publicada com linguagem intimista buscando a aproximação das leitoras. Ainda receosas com a liberdade imposta pelo jornal, muitas mulheres mandavam artigos anônimos ou usando nomes falsos. Circulou de 1852 a 1855, aos domingos, e a Seção de Obras Raras da Biblioteca Nacional no Rio de Janeiro conta com 156 edições publicadas<sup>5</sup>.

A partir daí vários jornais dirigidos por mulheres passam a circular pelo Rio de Janeiro, tais como *O Bello Sexo*, *O Espelho*, *Jornal das Moças*, *Jornal das Famílias*. “São apenas jornais dedicados ao público feminino, mas sob os cuidados masculinos, que muitas vezes assinavam seus escritos com pseudônimos de mulheres (OLIVEIRA, 2009, p.7)

Um século e meio mais tarde, com o advento da internet, também contabilizamos o surgimento de veículos digitais voltados para o público feminino. Contração do termo inglês web log, que significa “diário da rede” um blog é um site cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos artigos. Escritos em sua maioria por mulheres, os blogs femininos falam de moda, culinária, beleza, sexualidade, dietas, carreira, trabalho, viagens, vida afetiva. Alguns chegam a ter seis milhões de acessos numa única semana, uma audiência superior a diversos sites de veículos impressos, o que influencia o mercado de marketing, que se utiliza destas blogueiras como ferramentas de disseminação de novos produtos, numa atualização da comunicação em dois fluxos de Lazarsfeld (MATTELART, 2003). Bon aponta que estas novas plataformas comunicacionais ganharam legitimidade no mundo da moda, “passando a atuar diretamente na relação entre produtor e consumidor de moda, ganhando novos papéis importantes e significativos dentro da mediação do consumo de moda, seja ele informacional ou de bem material”. (BON, 2014 p.1)

Este artigo é fruto de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Núcleo de Pesquisas da ESPM Rio, no biênio 2014-2016, a qual propõe um estudo comparativo entre o primeiro jornal brasileiro escrito por mulheres para mulheres no século XIX e alguns blogs

---

<sup>5</sup> Não estão disponíveis no Acervo de Obras Raras da Biblioteca Nacional as edições do ano de 1854.

femininos, produzidos nesta segunda década do século XXI, empregando como metodologia a pesquisa bibliográfica, a análise documental e o levantamento de mídia.

Existem semelhanças entre estes dois tipos de produção, separados por quase dois séculos, que elegem como público prioritário as mulheres? Em que eles se aproximam?

Para desenvolver a pesquisa, foram selecionados alguns blogs femininos brasileiros, *Garotas Estúpidas*, da pernambucana Camila Coutinho; *Petiscos*, da paulista Julia Petit, *Modices*, da carioca Carla Lemos e *Chata de Galocha*, da mineira Lu Ferreira. Dentro do vasto universo de blogs de moda brasileiros, os quatro surgiram no mesmo ano, 2007 e se destacam em alguns aspectos. *Garotas Estúpidas* é o blog de moda brasileiro mais bem colocado num ranking internacional que mensura os 99 blogs de moda mais influentes do mundo, *Modices* é o primeiro blog de moda carioca, *Chata de Galocha* é um blog de moda que faz parte da plataforma da *Revista Caras* e Julia Petit foi a primeira a colocar tutoriais de maquiagem em vídeo dentro do blog.

### **Pioneirismo**

Reprimida desde o descobrimento do Brasil por Portugal, a imprensa chega à Colônia oficialmente em 1808, com a transferência da Corte em fuga da invasão napoleônica. Naquele mesmo ano, tivemos o primeiro jornal impresso no país, *Gazeta do Rio de Janeiro*, órgão oficial da Coroa Portuguesa, e o primeiro periódico independente, o *Correio Braziliense*, editado por Hipólito da Costa em Londres. Em 1811, a Bahia foi a segunda província a lançar um jornal, *A Idade d'Ouro*.

A imprensa feminina brasileira começara a nascer por volta de 1820, junto com a efervescência política da independência, da primeira constituição, do fim da censura imposta por D João VI. O primeiro periódico feminino brasileiro foi o carioca *O Espelho Diamantino*, publicado em 1827, com o subtítulo “periódico de política, literatura, belas artes, teatro e modas, dedicado às senhoras brasileiras”. Era uma publicação quinzenal e teve 14 edições.

O *Correio das Modas* foi o mais duradouro, indo de 1839 a 1841. Saía aos sábados, e trazia moda, literatura, bailes e teatros. Seu subtítulo era “Jornal crítico e litterario das modas, bailes, theatros etc”. Em Recife, temos *O Espelho das Brasileiras*, lançado em 1º de fevereiro de 1831, que saiu às terças e sextas-feiras, durante trinta edições. Seu lançamento foi precedido de um anúncio no *Diário de Pernambuco*:

O Redator, animado pelo seu ardente desejo de contribuir para as instruções de suas compatriotas, espera que as pessoas sensatas, longe de admitirem as

objeções fúteis dos inimigos da civilização, auxiliarão seus esforços, promovendo no seio de suas famílias a leitura desta folha, cujo único fim é oferecer às senhoras exemplos capazes de desenvolver seus talentos e lhes inspirar o amor de seus deveres (NASCIMENTO, 1969, apud BUITONI, 2009, p. 32-33)

O primeiro periódico destinado e produzido por mulheres foi o *Jornal das Senhoras*, fundado em 1852 por uma argentina viúva que se casara com um português no Brasil, Joana Paula Manso Noronha. Apesar de Sodré (1999) e Bahia (1960,1990) afirmarem que o jornal foi fundado por Violante Atalipa Ximenes de Bivar e Velasco<sup>6</sup> a análise documental da publicação confirma que Noronha atuou como redatora do periódico durante seis meses e foi substituída por Violante<sup>7</sup>. E Lima (2012), cuja tese de doutoramento em História pela PUC/SP aborda o papel pedagógico de O *Jornal das Senhoras*, também confere a criação do jornal à argentina. Depois de um ano de circulação do jornal, dona Violante deixou a editoria, passando o cargo a Gervásia Nunes.

O jornal era impresso aos sábados e circulava aos domingos, trazendo em cada semana estampas de figurinos impressos na França, com modelos de vestimentas diretamente de Paris que eram recebidos por navios ingleses. (Figura 1). Muitas vezes não recebiam a tempo estes figurinos, que eram encartados no jornal, e não podiam publicá-los. Recebiam junto com as estampas, também vinham revistas francesas que serviam de inspiração para as seções do periódico.

Estava dividido em seções de Moda, Belas Artes, Teatro, Crítica, Crônica da semana, Relatos de viagens. Publicava também romances traduzidos em forma de folhetim, anedotas, passatempos, poesias e recebia colaboração das leitoras. No último domingo de cada mês entregava partituras de piano. Era vendido exclusivamente através de assinaturas, com preços diferentes para a Corte e a província. Em alguns números do primeiro ano contou com um único anunciante, a loja de calçados Vianna e C. A falta de recursos financeiros para manter a publicação foi provavelmente o motivo para a saída das duas primeiras redadoras-chefe, de acordo com Lima (2012) Gervásia Neves, casada com o senhor Antônio José dos Santos Neves, foi apoiada financeiramente pelo marido. Na edição de 30 de dezembro de 1855, a redatora avisa as leitoras que por motivos particulares o *Jornal das Senhoras* não circulará em 1856, mas aguarda voltar em 1857, “para perseguirmos ao honroso fim a que nos propusemos, cultivando com esmero as

---

<sup>6</sup> Filha do português Diogo Soares da Silva de Bivar, redator de *Idade d'Ouro do Brazil* e de *As Variedades*, primeira revista brasileira

<sup>7</sup> No primeiro número, em editorial *As nossas Assignantes*, Noronha assina o texto e assume ser a responsável por ele. (NORONHA, 1852 p.1)

imarcescíveis flores do caminho tão nobremente encetado pela nossa antiga redactora, a Sra. D. Joanna Paulo de Noronha” (sic)(NEVES, 30dez1855 p.1).

O honroso fim do periódico, a que Gervásia se referia, já era identificado por Joana Noronha num dos primeiros números, num artigo sem assinatura, escrito pela redatora-chefe:

É o conhecimento verdadeiro da missão da mulher na sociedade; é o justo gozo dos seus direitos, que o brutal egoísmo do homem lhe rouba, e dos quaes a desherda, porque tem em si a força material, e porque ainda se não convenceo que um anjo lhe será mais útil que uma boneca... em quanto a educação do homem não reformar, em quanto elle considerar a mulher como a sua propriedade, nada teremos feito... lutaremos sempre em demonstrar que ella não é inferior ao homem em intelligencia, e porque pugnaremos, sempre pelos seus direitos desprezados, e pelas sua missão desconhecida. (QUEM EU SOU, 11jan1852, p.12)

Gonçales (2014) postula que a ideia de emancipação é central no periódico, sendo que a moda, um tema recorrente no jornal, era um elemento constitutivo do discurso emancipacionista do *Jornal das Senhoras*. Lima (2012) acredita que o discurso tinha mais um tom civilizatório, em função das mudanças pelas quais o Império passava.

Esta autora aponta que a Corte passou por um remodelamento espacial em meados do século XIX, com a implantação do sistema de esgotos e da iluminação a gás nas ruas. As famílias de elite passaram a frequentar o Passeio Público, a rua do Ouvidor, onde havia confeitarias e lojas elegantes. As mulheres já não estavam restritas ao ambiente doméstico, mas saíam para fazer compras, função antes relegada apenas aos escravos, ver as modas, ir à costureira. Por outro lado, a elite começa a receber em casa – são os saraus, os jantares, os bailes. Era preciso “educar” a mulher para transitar por estes ambientes, de forma apropriada. Nesse contexto, o *Jornal das Senhoras* propiciava às mulheres lerem folhetins franceses, tocar partituras de piano, ter acesso a figurinos de moda franceses e debater a emancipação moral da mulher mediante a educação. O vestuário era referência de moda mas também um elemento socializante e individualizante – ensinar a ser e estar na sociedade, de acordo com os padrões europeus.

Na edição de 7 de março de 1852, o periódico incentiva as mulheres a elas mesmas comprarem tecidos para a produção de roupas (e não seus maridos, irmãos, pais).

Foi no século XIX, com o desaparecimento da prática do dote, que começou a surgir um interesse pela educação feminina. A educação da noiva passou a ser vista como um atrativo no novo pacto patrimonial, já que a auxiliaria a ser uma boa mãe, além de protegê-la contra as incertezas de um casamento sem dote, possibilitando que ela optasse por lecionar, haja vista que a profissão de professora era tida como digna para uma senhora. Os homens da elite consideravam uma noiva alfabetizada mais atrativa que uma sem

instrução, pois poderia ensinar os filhos a ler e escrever, ajudando a erradicar o analfabetismo<sup>8</sup> no país. (LIMA, 2011 p. 234)

Dentro desta perspectiva particular de emancipação feminina, encontram-se vários artigos, assinados por Noronha, definindo o que é mulher. Ou textos como do Abbé Constant sobre o papel da mulher como mãe (edição de 8 de agosto de 1852) ou de um pároco a uma noiva (edição de 6 de junho de 1852).

### **De diários a plataformas de negócio**

A moda também é um dos assuntos principais dos blogs femininos, que surgem como iniciativas individuais e autônomas para tratar de temas do interesse do universo da mulher e vêm se fortalecendo como oportunidades de negócio ou como carreiras profissionais, levando a uma independência econômica.

Um exemplo deste movimento é o blog *Garotas Estúpidas*, da pernambucana Camila Coutinho, que explica sua intenção ao criar o veículo e comenta o alcance que a iniciativa assumiu.

Designer de moda por formação, criei o *Garotas Estúpidas* há 7 anos em um surto criativo em uma madrugada de insônia. A intenção sempre foi dividir com as amigas as novidades de moda, beleza e celebridades, sem ninguém que atrapalhasse dizendo que aquilo era tudo bobagem ou futilidade sabe? É assunto de menininha? Sim! Então deixa a gente livre pra assumir o tal lado “stupid girl” sem ninguém encher o saco! Kkkk

Sou recifense, tenho 26 anos e fico super feliz de ver que um projeto que começou como um hobby tenha tomado a proporção que o GE tem hoje! Temos atualmente uma média de 6 milhões de pageviews/mês e estamos em quinto no ranking dos 99 blogs de moda mais influentes do mundo, de acordo com o signature9.com! Por aqui, vocês vão encontrar muita moda, beleza, fofquinhas, dicas de viagem e muito mais. Fiquem ligadas e sintam-se a vontade pra opinar tá? (COUTINHO, 2014, s.p.)<sup>9</sup>

Publicitária e produtora musical, Julia Petit lançou seu blog *Petiscos* também em 2007, depois de uma experiência como colunista da revista teen *Contigo*, da editora Abril.

Um apanhado de moda, cultura e comportamento que cresceu, cresceu, virou site, e hoje é um meio de comunicação, com uma equipe formada de pessoas que sempre têm coisas interessantes pra contar. (PETIT, 2014, s.p.)

Esta compreensão de crescimento também está no *Modices*, de Carla Lemos.

---

<sup>8</sup> O primeiro recenseamento do Império, feito em 1872, identificou 66,4% de analfabetos no Brasil, para uma população de 10 milhões de habitantes (IBGE, s/d).

<sup>9</sup> Signature9.com é um portal on-line, de origem norte-americana, que cobre tendências nas áreas de estilo de vida, produtos, tecnologia, comida, design e cultura pop. Divulga duas vezes por ano o ranking dos 99 blogs de moda mais influentes do mundo, dos quais oito são produzidos por brasileiras. De acordo com o último ranking liberado, do outono 2014, *Garotas Estúpidas* havia perdido duas posições, mas continuava entre os dez blogs mais influentes do mundo. (SIGNATURE9, 2015, s.p.)

Modices. [De moda + ices] S. m. Mo-di-ces. /Môdíces/. Criado em maio de 2007, é um dos primeiros blogs de moda do Brasil, o mais carioca e um dos mais influentes. Sim, começou láaaa atrás como uma forma de divulgar portfolio de styling e fotografia e virou trabalho sério - às vezes nem tão sério assim.

Descontraído, traz doses equilibradas de dicas de moda e beleza para valorizar o estilo próprio; cultura; lifestyle; viagens (já conhece o #Modicesnaestrada?); ainda rola pesquisa intensa para produzir textos sobre tendências e história da moda que fazem a gente refletir. Tudo isso é devidamente ilustrado pelas fotos incríveis feitas pelo maridão e fiel escudeiro Vitor Fernandes. Tem looks do dia que expressam, paisagens que apaixonam (daquelas que a gente vê pelo Brasil ♥), arte de rua pra conhecer, viagens incríveis pra acompanhar e tudo que pintar de bonito pela frente.

A nossa equipe trabalha cheia de amor pra trazer o conteúdo da forma mais linda e clara possível pra você. (LEMOS, 2015, s/p)

Lu Ferreira, do *Chatas de Galocha*, explica assim sua decisão de criar um blog.

Comecei o *Chata de Galocha* em 2007. Sempre amei internet (#nerd!) e tive alguns blogs ao longo dos anos, o Chata foi o último a ser criado e dura até hoje. O objetivo inicial era ter um espaço para expressar minhas chatices, como o nome bem avisa: falava a respeito de lugares e serviços, como uma boa *Chata de Galocha*.

A mudança de foco veio com o tempo e a descoberta de outros blogs: logo estava me tornando uma viciada em maquiagem e ainda mais interessada em moda, temas que até hoje são fortes nos posts. Contar novidades do universo dos cosméticos e mostrar o que me atrai no mundo da moda são as coisas que mais gosto de fazer por aqui, mas atualmente a ideia é ter no blog tudo que possa entreter e ajudar a leitora, e por isso você encontra também posts sobre programas de TV, viagens, receitas e livros. Ninguém gosta só de roupa e maquiagem, né? (FERREIRA, 2015, s.p)

Estes exemplos indicam que os blogs evoluem da temática estrita da moda como vestimenta e adorno para um universo mais amplo, o do lifestyle, que inclui assuntos como decoração, gastronomia, tecnologia, cultura, viagem, música, celebridades, comportamento, fofocas, mas não abandonam a cobertura de desfiles de moda nem a de beleza.

Organizados por seções que vão de vídeos a comportamento – Moda e Beleza são títulos presentes nos quatro - os blogs aqui analisados utilizam os recursos da internet, como textos curtos e diretos, muito uso de fotografias, postagem em vídeo, hiperlinks, slideshows, apresentação em *tiles*, estímulo à interação, área para comentários, e até mesmo a possibilidade de customização do conteúdo. No *Petiscos*, por exemplo, é possível salvar seus posts favoritos na área *Meus Petiscos*.

As características dinâmicas do meio virtual estão presentes também na velocidade de produção de conteúdo. A atualização dos blogs é, no mínimo, diária, sendo que a equipe

de Julia Petit produz um post a cada meia hora – dos quatro, é o que tem maior volume de renovação do conteúdo.

A ampliação dos blogs, entretanto, trouxe outra faceta: o da transformação destes diários pessoais em plataformas comerciais. As blogueiras de moda fazem posts patrocinados (nem todos assinalados como tal. *Petiscos* usa a hashtag #PUBLI para indicar que se trata de um publipost, e *Chata de Galocha* adota publieditorial, mas as demais não sinalizam), recebem produtos para “testar”, dão palestras, workshops, têm linhas de maquiagem e de roupas com marcas de sucesso e fastfashions (Julia Petit lançou uma linha de maquiagem limitada, batizada com seu nome, pela MAC, Camila Coutinho já assinou uma coleção para a loja de roupas Riachuelo), são convidadas para as primeiras filas dos desfiles das semanas de moda (inclusive as internacionais). As páginas recebem banners de anúncios e disponibilizam formulários de captação para interessados em anunciar no blog.

Os blogs de moda passam a exercer influencia na própria indústria da moda, no marketing e na publicidade, onde marcas e empresas se voltam para essas plataformas, através de parcerias cada vez mais ousadas, como uma forma alternativa ao marketing tradicional, motivadas por diferentes objetivos: lançamento de um novo produto, renovação de imagem, foco em um público-alvo específico e significativamente consumidor. Dessa forma, as blogueiras passam a exercer um papel de mediadoras de um conteúdo de moda que passa a ser aberto a diferentes camadas sociais, e passa a ser considerada uma formadora de preferências de grupos sociais significativos, possuidora de um discurso legitimado, absorvido pelos receptores, se tornando, desta maneira, uma nova agente social no circuito cultural e econômico da moda (BON, 2014 p.10).

Se chegamos, pois, à constatação que esses veículos, voltados prioritariamente para o público feminino, se transformam em produtores de conteúdo simbólico altamente disputados pelo marketing, assumindo uma característica de plataforma de negócios, será possível encontrar semelhanças entre os blogs e o pioneiro *Jornal das Senhoras*?

### **Semelhanças e diferenças**

Para além da temática – moda, entendida como lifestyle, pois também o entendimento do que seriam os assuntos que interessavam às mulheres no século XIX também podem ser categorizados como estilo de vida -, já podemos apontar diversas semelhanças entre blogs e o primeiro periódico feito por mulheres no Brasil.

A começar por serem ambos produzidos por mulheres da elite e por seus temas circularem em torno de assuntos que estão na pauta da elite, ainda que, no caso dos blogs, estes também abarquem temas vinculados à cultura pop, um conceito inexistente no século



XIX. Assim, é o vestido de receber visitas no *Jornal das Senhoras* e a compra do enxoval do bebê em Paris no *Chata de Galocha*; a publicação de partituras de músicas para serem tocadas no piano no periódico do século XIX e ou *Viajando fora da caixinha: Roteiro Alternativo em Londres do Modices*.

Um segundo ponto em comum é o fato de serem relatos em primeira pessoa, num tom de conversa amistosa e permanente com o leitor. A redatora do *Jornal das Senhoras* diz, no quarto número:

Abro a sessão de hoje com uma indicação importantíssima, para a qual peço urgência, e votação das vossas Assignantes, aquém me dirijo amiga, como sempre, que sou de muitas, e em geral agradecida a todas, não só pela cooperação que briosamente vos teem prestado e hão de prestar; mas ainda pela feliz aceitação que os meus artigos teem alcançado perante o seu bom gosto e o se júízo descriptivo. (MODAS, 25/1/1852, p.1)

Esta forte vinculação com o público também se refere à produção de conteúdo por demanda das leitoras. Esta é a explicação de Camila Coutinho para a montagem de um reality show dentro do seu blog:

Sempre que viajo pra cobrir fashion week fico pensando: mas o que será que as leitoras do GE querem ver de fato nesse tipo de evento? As vezes sinto que o backstage empolga mais vocês do que os desfiles em si, então resolvi testar algo diferente nessa temporada!

Eu e a querida Vic Ceridono/Dia de Beauté, minha roommate aqui em Paris, estamos filmando nosso dia a dia nesse #pfw pra reunir em vídeos tipo reality como esse! hehe A ideia são 4 episódios com o melhor do que vimos e vivemos por aqui, mas dependendo das emoções pode ser que rolem mais né? Veremos...

No primeiro episódio tem a minha chegada, alguns backstages que fomos a convite da M.A.C e outras cositas más....espero muuuito que gostem! Aguardem os próximos... (COUTINHO, 2013 s/p)

Tanto os blogs quanto o *Jornal das Senhoras* se apoiam fortemente em suas leitoras. O periódico pedia às assinantes que escrevessem, que continuassem a suportar o jornal, que mandassem colaborações (com endereços caso precisassem de respostas para alguma questão). Os blogs não só oferecem diversas formas de interação – comentários no próprio post, diversas redes sociais, numa presença estendida da blogueira e do conteúdo - como pedem que curtam, que façam as receitas e postem no instagram com hashtags alusivas ao blog, que mandem fotos de suas produções.

Outra semelhança está num olhar muito mais voltado para o exterior que para a realidade brasileira. Se no caso do *Jornal das Senhoras* temos a divulgação da moda francesa, com detalhadas gravuras de vestidos e acessórios femininos, com indicações para

que a costureira carioca da senhora pudesse copiar o modelo, nos blogs encontramos textos sobre os desfiles de moda internacionais, muitos termos em inglês, posts sobre atores ou celebridades norte-americanos, produtos de beleza importados (chamados por muitas blogueiras de “gringos”), numa visão sutil que reforça a concepção que aquilo que é produzido fora do Brasil tem qualidade, valor. Dos quatro, o que apresenta mais referências nacionais é o *Modices*.

Também se assemelham no uso de correspondentes para falar do universo da moda no pólo que irradia as tendências. No *Jornal das Senhoras*, uma correspondente em Paris e muitas traduções de folhetins e artigos estrangeiros. Nos blogs, correspondentes em múltiplos centros – Paris, Londres, Nova Iorque. Também se aproximam os textos sobre viagens. Tanto nos blogs quanto no *Jornal das Senhoras*, são relatos de viagens pessoais, que envolvem compras e participação em desfiles de modas (no caso dos primeiros) e bailes ou concertos de música (no caso do periódico).

A existência, nos blogs, de uma seção chamada Look do dia, em que a blogueira apresenta a roupa que está vestindo, se assemelha aos desenhos da moda parisiense que o *Jornal das Senhoras* encartava, uma vez se trata de mostrar a tendência, do jeito certo, adequado, apropriado – e pronto para ser apropriado pelas leitoras. O papel do look do dia é, ao mesmo tempo, o de exibição, mas também de individualização, uma vez que pode ser copiada, reproduzido, adaptado. Ainda que esteja presente um forte sentido de modelização e prescrição, abre espaço também para este movimento de consumo simbólico (e, por este mesmo motivo, os looks do dia são objeto de estratégia publicitária). Ao falar sobre a origem da moda, Lipovetsky, além de destacar que se trata de uma realidade sócio-histórica característica do Ocidente e da própria modernidade, vai contra a tradicional visão de símbolo de distinção social e de competição de classes para pensar o fenômeno como uma característica do crescimento do individualismo. É uma nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria.

A moda não é somente um palco de apreciação do espetáculo dos outros; desencadeou, ao mesmo tempo, um investimento de si, uma auto-observação estética sem nenhum precedente. A moda tem ligação com o prazer de ver mas também com o prazer de ser visto, de exhibir-se ao olhar do outro. (LIPOVETSKY, 1989 p. 39)

O discurso da individualidade está presente nos blogs de maneira explícita, no *Jornal das Senhoras* de maneira mais camuflada, por meio do discurso da emancipação moral da mulher pela educação e pela adoção de hábitos mais civilizados. Camila Coutinho deixa bem claro isso em um post:

“De vez em quando recebo uns emails de meninas com a seguinte dúvida: “*Como posso me vestir bem e ser estilosa?*”. Bem, infelizmente eu não sei a resposta! haha Não existe uma fórmula pronta pra ser itgirl e sair em listas das mais bem vestidas sabe? Acho que quase todas as mulheres do mundo convivem diariamente com essa preocupação e adorariam estar sempre gatas e impecáveis. É um exercício pra toda a vida...

Mas eu acho que ,mesmo que não tenhamos nascido na *família Olsen*, temos sim o nosso gene “*fashion*” em algum lugar gente! haha É tudo uma questão de descobrir o seu estilo pessoal e aprimorar ao longo do tempo! E não precisa viver de Vuitton e Chanel pra isso hein? Afinal, se você chegar na Daslu cheia de dindin pra gastar e não tiver as informações do que combina seu corpo/estilo não adianta...” (COUTINHO, 2011 s/p)

As Crônicas dos bailes da corte, que o *Jornal das Senhoras* faz semanalmente no primeiro semestre e depois quinzenalmente guardam semelhança com o Red Carpet (*Garotas Estúpidas*) ou com a cobertura de prêmios e celebridades. São vitrines, exposição de tendências, usos e comportamentos. Em ambos os veículos, apesar da distância temporal, vemos a apresentação de modelos de composição da beleza, para serem adotados.

A semelhança mais curiosa, entretanto, está justamente naquilo que mais os diferencia. Uma vez que entendemos o *Jornal das Senhoras* como um periódico dirigido ao público feminino e consideramos os blogs hoje como plataformas comerciais, podemos pensar que uma grande diferença está justamente no caráter de negócio que os blogs desenvolveram. Mas uma leitura atenta do *Jornal das Senhoras* mostra uma vinculação bem forte entre lojistas e conteúdo. Embora seja prematuro falar em marcas àquela época como concebemos esta noção atualmente, não se podem ignorar as frequentes referências a modistas, chapeleiros, lojistas.

É indubitável que aquella científica tesoura de Mme Barat a cada taiho que dá faz nascer uma graça, um chic delicado no acêrto de todas as suas sobras. Conhecião se, distinguião-se visivelmente os vestidos preparados por esta artista. E depois não querem que eu falle em seu favor, quando em minha alma e consciencia reconheço que é ella a que melhor me veste, a mim a e muitas outras que votão commigo neste parecer. (CHRISTINA, 4/8/1852, p.2)

Uma diferença está na formação profissional das blogueiras. Muitas têm curso superior. Carla Lemos cursou Publicidade e Moda. Julia Petit também é publicitária e produtora musical. Camila Coutinho é designer de moda. Lu Ferreira, do *Chata de Galocha*, é designer gráfica, especialista em Gestão de Marcas e estudou Moda em Milão. As redatoras do *Jornal das Senhoras* eram senhoras da sociedade, com alguma instrução mas sem formação profissional. Joana Paula Manso Noronha seria a exceção, uma vez que trabalhara como professora e escrevera diversos livros.

Outra diferença se dá no fato de nos blogs haver muito mais exposição, inclusive da vida pessoal e da própria imagem, tanto pelo tom intimista e pessoal dos relatos, quanto por fotografias, citação das relações familiares e de amizade. Lu Ferreira, por exemplo, está fazendo um diário de gravidez no *Chata de Galocha*; Camila Coutinho publicou o vídeo de seu casamento no *Garotas Estúpidas*. No *Jornal das Senhoras*, as leitoras enviavam textos não assinados, admitindo não terem a coragem da editora; muitas colaboradoras regulares assinavam somente o primeiro nome – Emília, Christina, Estrella. Mesmo quando relatavam suas experiências pessoais como na crônica de um baile ou na descrição do encontro da redatora-chefe com a Imperatriz Teresa Cristina, o foco era no evento em si e não na própria autora.

## Conclusão

No caso dos blogs, uma vez que despontam como diários pessoais na internet, expressões individuais e centradas no sujeito, em que medida se alinhariam a esta perspectiva mais prescritiva? Enquanto os blogs são manifestações do eu exacerbado, as revistas e jornais femininos, em particular *O Jornal das Senhoras*, se apresentam como disciplinas do dever ser, ditadas para o coletivo, apoiadas na impessoalidade e nos cânones do modelo ideal de mulher.

A pergunta que se coloca e que a pesquisa que dá origem a este artigo pretende reunir condições de responder é se ambos não seriam processos prescritivos, inerentes (ou decorrentes do) seu momento histórico e fortemente apoiados em suportes midiáticos. Na contemporaneidade se pretende que as regras partam do indivíduo e cheguem ao coletivo, enquanto que no século XIX ainda prevalecia a percepção de uma normatividade externa ao sujeito. Apesar desta diferença, podemos dizer que ambos se consolidam como processos didáticos e prescritivos do que é ser mulher, dentro dos padrões sociais histórica e culturalmente demarcados.

Um dado a ser considerado é que, embora a temática do *Jornal das Senhoras* e os assuntos que escolhesse trazer para suas páginas, num primeiro momento, parecessem “perfumaria” e totalmente enquadrados dentro das normas morais da sociedade da época, este periódico representa um marco simbólico na construção de uma nova visão da mulher. Com seus objetivos didáticos, o *Jornal das Senhoras* publicava diálogos fictícios ou não, entre um pai e sua filha, para discorrer sobre a importância da educação feminina, colocando em evidência o eu interior feminino, num momento em que a mulher pouco mais

era que uma propriedade do pai, do marido e posteriormente dos filhos. Esse jornal teve o mérito de alertar as mulheres para suas necessidades e capacidades, embora enfatizasse que o papel principal da mulher era o de “‘amar e agradar os homens’ colocando os interesses da família acima de todos os outros”

Ao demonstrar que a mulher tinha uma vida interior, rica e altamente sofisticada, o *Jornal das Senhoras* abre espaço para uma produção jornalística de início tímida, mas que avança ao longo dos dois séculos seguintes e pavimentada o caminho para que blogs femininos possam deixar de ser meras expressões do eu interior de algumas jovens para se transformarem em negócios altamente rentáveis e capazes de ditar regras no mercado publicitário.

### **Referências bibliográficas**

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**. Vol. 1 e 2. São Paulo: Ed. Ática, 1990.

BAHIA, Juarez. **Três fases da imprensa brasileira**. Santos: Ed. Presença, 1960.

BARBOSA, Everton Vieira. **O Jornal das Senhoras: Conexões culturais femininas pelo Atlântico em meados do século XIX**. Texto integrante dos Anais do XXVIII Simpósio Nacional de História: Conhecimento Histórico e Diálogo Social. ANPUH/Brasil. Natal, 22 a 26 de julho de 2013.

BARBOSA, Marialva **História Cultural da Imprensa- Brasil 1808-1900**. Rio de Janeiro: MAUD X, 2010.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa**. Rio de Janeiro: MAUD X, 2007.

BON, Olga. **A Nova Fábrica do Simbólico: O Consumo de Moda que Nasce Na Web**. Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0325-1.pdf>>. Acesso em 6jul2015.

BUITONI, Dulcília S. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986

BUITONI, Dulcília S. **Mulher de papel. A representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. 2ª edição. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

CABRAL, Eugênia Melo. **Primeiras Histórias O surgimento das impressas feminina e feminista no Brasil**. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, v. 2008, p. 01 – 05, 2008.

COUTINHO, Camila. **#camievictakeparis** – EP 01. *Garotas Estúpidas*, 30 de setembro de 2013. Disponível em <http://www.garotasesupidas.com/cami-e-vic-take-paris-ep-01/>. Acesso em 07jul2015.

COUTINHO, Camila. *Garotas Estúpidas*. **Sobre**. 2014. Disponível em <<http://www.garotasesupidas.com/sobre-camila-coutinho/>>, acesso em 10/5/2015.

COUTINHO, Camila. **Turbinando o estilo**. *Garotas Estúpidas*, 24 de fevereiro de 2011. Disponível em <<http://www.garotasesupidas.com/turbinando-o-estilo/>>. Acesso em 20jun2015.

GONÇALES, Guilherme Domingues. **Moda e emancipação feminina: um estudo do Jornal das Senhoras – Rio de Janeiro, 1852**. 2014. 41 f., il. Monografia (Bacharelado e Licenciatura em História)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

MODA. **Jornal das Senhoras**. Rio de Janeiro, 25/1/1852, p.1. Acervo da Seção de Obras Raras da Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro. Disponível em <<http://hemerotecadigital.bn.br/o-jornal-das-senhoras-modas-litteratura-bellas-artes-theatro-e-critica/700096>>, acesso em 10fev2014.

LEMOS, Carla. **Modices**. Disponível em < <http://Modices.com.br/>>, acesso em 10/5/2015

LIMA, Joelma Varão. "Jornal das Senhoras": as mulheres e a urbanização na Corte. **Revista CERU** v 21, n. 2, São Paulo: Centro de Estudos Rurais e Urbanos – USP, 2010.

LIMA, Joelma Varão. **Jornal das Senhoras , olhares femininos sobre a urbanização na corte**. Texto integrante dos Anais do XIX Encontro Regional de História: Poder, Violência e Exclusão. ANPUH/SP – USP. São Paulo, 08 a 12 de setembro de 2008. Cd-Rom.

LIMA, Joelma Varão. O Jornal das Senhoras, um projeto pedagógico: Mulher, educação, maternidade e corpo. (Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX) **Projeto História**, Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História – PUC-SP São Paulo, n. 45, pp. 397-403, Dez. 2012.

LIMA, Sandra Lúcia Lopes. Imprensa feminina, revista feminina. A imprensa feminina no Brasil. **Projeto História**, São Paulo, n.35, p. 221-240, dez. 2007

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero. A moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

MATTELART, Armand & NEVEU, Érik. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola, 2004.

MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. *Revistas Estudos Feministas*. UFSC, **Estudos Feministas**, Florianópolis, 11(1): 336, jan-jun/2003

NEVES, Gervásia. Às nossas Assignantes. **Jornal das Senhoras**, Rio de Janeiro, tomo VIII, nº 52, p. 1, 30 dez 1855,. Acervo da Seção de Obras Raras da Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro. Disponível em <<http://hemerotecadigital.bn.br/o-jornal-das-senhoras-modas-litteratura-bellas-artes-theatro-e-critica/700096>>, acesso em 10fev2014

NORONHA, Joanna Paula Manso. As Nossas Assignantes. **Jornal das Senhoras**. Rio de Janeiro, nº 1, p. 1. 01 jan. 1852. Acervo da Seção de Obras Raras da Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro. Disponível em <<http://hemerotecadigital.bn.br/o-jornal-das-senhoras-modas-litteratura-bellas-artes-theatro-e-critica/700096>>, acesso em 10fev2014.

QUEM SOU EU. **Jornal das Senhoras**. Rio de Janeiro, nº 2, p.12,,11jan1852. Acervo da Seção de Obras Raras da Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro. Disponível em <<http://hemerotecadigital.bn.br/o-jornal-das-senhoras-modas-litteratura-bellas-artes-theatro-e-critica/700096>>, acesso em 10fev2014.

OLIVEIRA, Karine Josefina. **Álvares de Azevedo: a voz feminina no século XIX através das páginas do jornal A Família**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2009. Disponível em <[http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Karine\\_da\\_Rocha.pdf](http://www.bn.br/portal/arquivos/pdf/Karine_da_Rocha.pdf)>. Acesso em 10fev2014.

PETIT, Julia. Expediente. **PETISCOS**. Disponível em <<http://juliapetit.com.br/expediente/>>, acesso em 10/5/2015.

SIGNATURE9. The 99 most influential fashion & beauty blogs. Disponível em <<http://www.signature9.com/style-99>>. Acesso em 6mai2015.

SODRÉ, Néelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: MAUD, 1999

VASCONCELLOS, Eliane e SAVELLI, Ivette Maria. A imprensa feminina. **Verbo de Minas: letras**, p.89-102, Juiz de Fora: CES/JF, 2006.