

## **Gênero e formação do jornalismo de moda na imprensa recifense na década de 1920: incursões nos suplementos do Diário da Manhã e Diário de Pernambuco<sup>1</sup>**

Aline Maria Grego Lins<sup>2</sup>

Universidade Católica de Pernambuco

Tércio de Lima Amaral<sup>3</sup>

Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **RESUMO**

As mudanças técnicas e editoriais da imprensa brasileira, na década de 20, foram experimentadas pelos jornais recifenses na formação dos suplementos especiais. Cadernos e páginas dedicadas ao denominado Jornalismo de Moda, inseridos dentro do Jornalismo Cultural em formação no País, passaram a conquistar espaço nas notícias. O objetivo deste artigo é identificar de que forma esse cenário, estabelecido no campo da comunicação, apresentou a questão do gênero – principal alvo das matérias, fotos, ilustrações, artigos e reportagens – numa época cuja sociedade foi marcada diversas mudanças. Utilizamos como fonte os suplementos de moda dos jornais Diário de Pernambuco, de propriedade de Carlos Lyra, entre janeiro de 1924 a dezembro de 1925, e o Diário da Manhã, entre abril de 1927 a abril de 1928, de propriedade da Firma Cavalcanti & Cia, ligada ao ex-governador Carlos Lima Cavalcanti.

**PALAVRAS-CHAVE:** história da imprensa; jornalismo de moda; jornalismo cultural recifense; suplementos de moda.

### **Introdução**

O surgimento de uma *grife* na história da imprensa. Eis a melhor definição para a formação dos suplementos culturais no Brasil na década de 1920. Pioneiros, ao mesmo tempo, da chamada imprensa de entretenimento e da formação crítica de leitores ávidos por informação além das matérias dos cadernos factuais, como de política e policial, foram eles que deram suporte, através de suas páginas, aos primeiros passos da consolidação do denominado *jornalismo de moda*. Analisamos, neste artigo, dois suplementos de moda na imprensa recifense desse período que dedicaram atenção especial a forma como o público feminino se vestia e se portava perante a sociedade: o *Modas*, do *Diário da Manhã*, de abril

---

<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> Professora do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP e mestre em Educação pela Fundação Getúlio Vargas/IESAE, e-mail: [aligreg@uol.com.br](mailto:aligreg@uol.com.br)

<sup>3</sup> Possui graduação em História, pela Universidade de Pernambuco (UPE), e em Jornalismo, pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Atualmente, é mestrando do Programa em História da Cultura Regional, da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), e-mail: [tercio.amaral@uol.com.br](mailto:tercio.amaral@uol.com.br)

de 1927 a abril de 1928, e o *Magazine*, do *Diário de Pernambuco*, de janeiro de 1924 a dezembro de 1925.

São eles, por exemplo, que começam a sugerir quais as vestimentas ideais para as mulheres vestirem na praia de Olinda, no município do mesmo nome, ou mesmo quais os presentes, no caso as roupas, que deveriam ser dadas aos seus respectivos maridos em determinadas ocasiões. Estes cadernos e páginas especiais, geralmente publicados nos domingos ou finais de semana, são testemunhas das relações de gênero<sup>4</sup> em fins da Primeira República (1889-1930) sob o olhar das roupas e do comportamento ditado pelo jornalismo. Nossa intenção é mostrar como a imprensa refletia esses padrões socioculturais através de fotos e ilustrações impressas nas páginas desses suplementos de moda e apresentar, ainda, os artigos que, quase sempre, não tinham relação direta com essas imagens, mas que traziam mensagens de autores e escritores, a exemplo do escritor e abolicionista pernambucano, Joaquim Nabuco, que abordava as formas de relação social e o papel da mulher neste contexto histórico.

O jornalismo de moda no Brasil surge no contexto do jornalismo cultural, sendo um dos apêndices dos suplementos literários depois da geração *fin-de-siècle*, representada no final do século 19 por nomes como os escritores Machado de Assis e José Veríssimo. Na década de 1920, os jornais e as revistas dão mais espaço ao crítico profissional e informativo, que não só analisa obras literárias importantes, mas é capaz de realizar comentários em segmentos como moda, cinema, artes plásticas e variedades, ou seja, que encara a nova cena cultural após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Em *Jornalismo Cultural* (PIZA; 2013: p. 32), do repórter Daniel Piza, o escritor chama a atenção para o aspecto econômico: muitos destes escritores e colaboradores passaram primeiro pelo jornalismo e pela crítica antes de entrar no mundo das letras. Uma prática profissional herdada do século 19 e vigente até os anos de 1950.

Neste artigo, em especial, tentamos diferenciar do jornalismo entretenimento, as experiências vivenciadas pelo campo literário e pelo campo da moda. Esses dois, ao lado de outras experiências na imprensa, com o a crítica de cinema, estão inseridos, hoje, no que o mercado de comunicação e as ciências da comunicação denominam como “jornalismo cultural”. Aliás, vale destacar que temas a exemplo de moda, literatura e cinema possuíam, muitas vezes, páginas específicas dentro da diagramação dos jornais recifenses no período analisado. Eram os chamados “suplementos”, segundo caderno ou simplesmente “Segunda

---

<sup>4</sup>Entendemos o conceito de gênero como uma realidade histórica e cultural construída artificialmente a partir das diferenças entre os sexos masculino e feminino. O gênero, no singular, segundo Joan Scott, "é uma forma primeira de significar as relações de poder" (SCOTT: 1995, p. 86).

Secção”, geralmente publicados em fins de semana. Esse tipo de jornalismo era um espaço fértil para o surgimento e projeção de alguns intelectuais, que tinham no ofício da imprensa uma segunda profissão.

O objetivo aqui é, ainda, demonstrar que, apesar de essa imprensa ser marcada pela experiência e surgimento de novos produtos, o campo técnico foi palco de transformações ainda mais relevantes, como a adoção de ilustrações e fotografias no jornalismo diário, mas as questões editoriais não acompanharam essas mudanças, não com a mesma intensidade. Nos dois jornais analisados verificamos, em parte, a resistência dos jornais e dos jornalistas dos suplementos em relação aos modos e modas femininas das décadas iniciais do então incipiente século 20. Se a imprensa dos anos 20 se autointitulava “moderna”<sup>5</sup>, não podemos fazer a mesma afirmação quando o assunto é estética e representação do corpo feminino. Esses padrões não acompanhavam, no mesmo ritmo, essas publicações, similares ao século 19. Em parte, atribuímos essa característica ao fato de essas produções de conteúdo estarem sob a responsabilidade, sobretudo, de jornalistas do sexo masculino, e que, por tabela, eram homens reconhecidos, nacional ou regionalmente, como “grandes nomes” da literatura brasileira da época.

Entre os agentes dessa imprensa cultural em formação, podemos destacar os nomes de Lima Barreto, que escreveu o ferino *As recordações do escrivão Isaías de Caminha* (1909) numa redação fluminense. Em Pernambuco, esse foi o mesmo caminho seguido pelo escritor Gilberto Freyre, que contribuiu com artigos e matérias para jornais recifenses, ainda na década de 1920, como *Diario da Manhã* e *Diario de Pernambuco*. A produção do escritor pernambucano na imprensa começou antes mesmo de ele publicar a clássica obra *Casa Grande & Senzala* (1933). Em Pernambuco, é difícil nomear qual foi o primeiro suplemento de moda, inserido nos suplementos literários (geralmente eles eram encadernados com apenas uma página nas “segundas secções”, que incluía ainda uma página de literatura, cinema e até mesmo artigos de história e arquitetura). A identificação de um possível “pioneiro” esbarra, sobretudo, na conservação dos jornais no Arquivo Público Estadual Jordão Emerenciano (APEJE) e na escassez de uma literatura crítica da história da imprensa recifense dos séculos 19 e 20.

---

<sup>5</sup> Um dos exemplos dessa propaganda “modernizadora” publicizada pela própria imprensa é o *Diario de Pernambuco*. Na edição de 7 de novembro de 1914, o jornal comemora em seu 99º aniversário a inauguração de sua sede no Centro do Recife, com uma fachada completamente nova, “moderna”. Um grande relógio e uma nova torre serão símbolos da empresa, que fica no mesmo prédio até o ano de 2004. A historiadora da imprensa Marialva Carlos Barbosa, uma das referências dessa temática nos dias atuais, também defende que neste período os jornais tentam se profissionalizar e esquecer o passado, do século 19, quando estavam atrelados a grupos políticos e tinham uma curta duração. IN BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

Parte da historiografia da imprensa, porém, versa sobre o assunto com mais facilidade no cenário global. A pesquisadora Eliza Bachega Casadei (2012) destaca que publicações voltadas para as mulheres existem desde o século 16. Um dos exemplos é a *Il libro della bella donna*, de 1554, na Itália, um dos primeiros registros deste campo editorial. A moda, entretanto, era apenas um aspecto ocasional nas revistas femininas que começavam a aparecer, de forma mais perene, nas revistas femininas na Europa do século 18. O *Journal de La Mode et Du Gôut* (1790) e o *Le Journal des Dames et des Modes* (1797), na França, também surgem nesse período e tratam da moda feminina como sua temática principal.

É importante destacarmos que no Brasil a imprensa apenas é permitida em 1808, com a chegada da corte portuguesa ao país. Como registro local na imprensa recifense podemos citar o suplemento *Espelho das Brasileiras*, publicado a partir de 1º de fevereiro de 1831, no jornal *Diario de Pernambuco*, que atingiu apenas trinta edições. A publicação, de caráter literário e educativo, era direcionada ao público feminino e, como podemos ver, não teve uma longa duração (BUIIONI: 2009). Notemos que o *Espelho das Brasileiras* era dedicado ao público feminino, como seu próprio nome destaca. O que chamamos a atenção, para os jornais que analisamos neste artigo é a “nova experiência” do jornalismo de entretenimento formado em fins da década de 1920. Jornalismo esse que influenciou, décadas seguintes, a consolidação do jornalismo cultural na imprensa brasileira. A temática feminina, inclusive a de moda, já era tratada pela imprensa, sobretudo na segunda metade do século 19, mas não com os aspectos “modernizadores” do início do século 20. Agora, os jornalistas tinham outra realidade social e mesmo técnico, mesmo quando não a reconheciam.

As pesquisas no campo da história da comunicação atribuem à revista feminina *O Espelho Dimantino*, lançada por Pierre Plancer, em 1827, o primeiro caso de jornalismo de moda no Brasil. Nestas primeiras publicações do século 19, a moda dividia espaço significativo com a produção literária, tais como crônicas, poesias, contos, folhetins, entre outros. No jornalismo impresso, no entanto, a pesquisadora Adriana Braga defende que *A Marmota*, que circulou entre os anos de 1849 a 1864, foi o primeiro jornal brasileiro a publicar as primeiras litografias impressas no papel em forma de figurinos femininos. Este tipo de jornalismo estava no alicerce no qual a literatura e a moda andavam de mãos dadas, se consolidando na década de 1920 (BRAGA: 2003).

Apesar desse cenário, podemos destacar que o próprio *Diario de Pernambuco*, ainda no começo do século 20, reformulou um suplemento editado no século anterior, o

*Album de Domingo*, dando destaque às mulheres, através de poesias e curtos artigos, num boxe de sua primeira página dominical. Porém, nada comparado aos suplementos analisados neste artigo, que dedicavam uma página inteira à moda e ainda apresentavam fotografias, ilustrações e textos em que a mulher era a principal (ou única) protagonista.

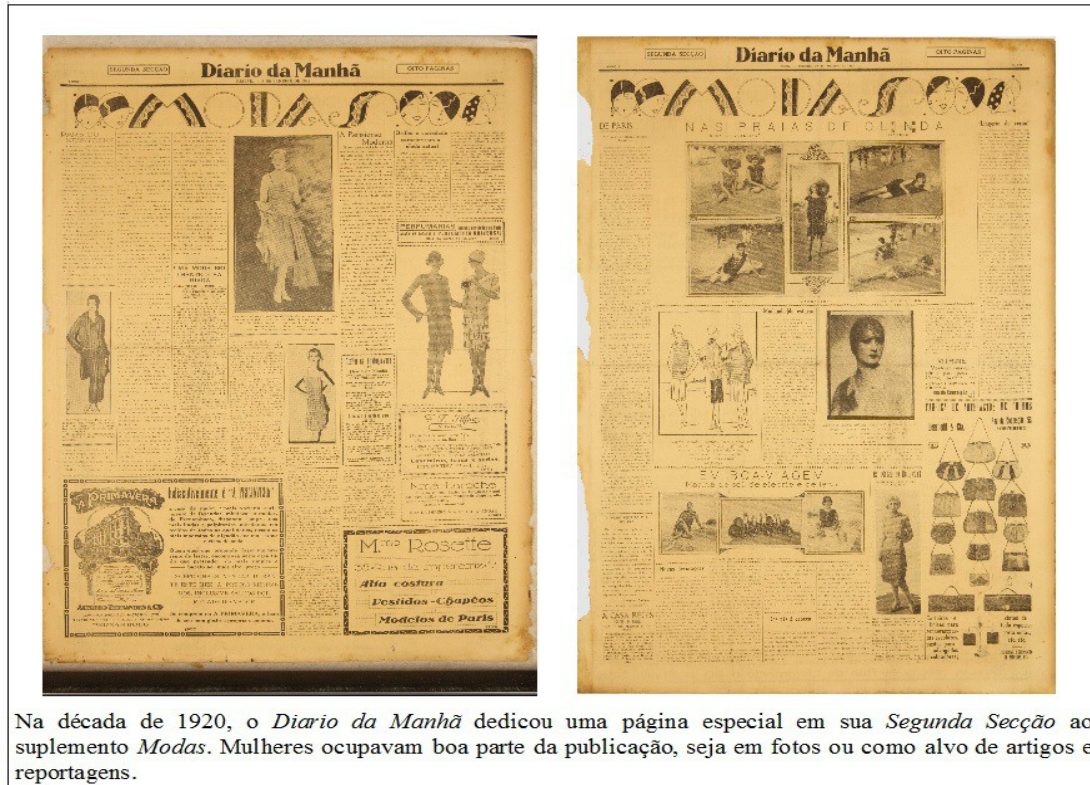
### **Passividade e transformações do tempo no *Diario da Manhã***

No momento em que a imprensa brasileira adota novos padrões editoriais e se profissionaliza enquanto indústria de comunicação surge o *Diario da Manhã*, em 16 de abril de 1927. O jornal era de propriedade da firma Lima Cavalcanti & Cia, ligada ao ex-governador de Pernambuco, Carlos Lima Cavalcanti, que comandou o governo pernambucano entre os anos de 1930 a 1935 (NASCIMENTO: 1967; p. 175). Já na primeira edição da publicação, o *Diario da Manhã* trazia a sua Segunda Secção – uma espécie de segundo caderno com oito páginas, contendo uma página exclusiva para moda, outra para cinema e uma para literatura. No jornal, colaboravam nomes como o do historiador Oliveira Lima, o artista plástico Lula Cardoso Ayres, os escritores Armando Gayoso, Olegário Mariano, da Costa Aguiar e o sociólogo Gilberto Freyre.

O jornal funcionava na Rua do Imperador D. Pedro II, endereço de outros jornais da Capital na época, no Centro do Recife, era impresso em máquina Duplex nº 4 e encerrou seu primeiro ciclo na década de 1950. O suplemento *Modas*, analisado neste artigo, era encadernado na *Segunda Secção* e dedicava atenção especial às mulheres. O discurso, quase sempre *normativo*, ditava regras de modos e costumes em tempos em que a publicação era comandada por homens. O suplemento convoca suas leitoras a levarem uma vida simples, mas também discutia as transformações da virada de século 19 para 20, os efeitos da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) para os costumes e a moda feminina e trazia a exposição dos melhores trajes em praias como a de Olinda, no município do mesmo nome, e na praia de Boa Viagem, no Recife.

A publicação, na década de 1920, destacava a mudança no uso das meias. As saias, alongadas, mostravam sua irreverência sob os tecidos transparentes. A perna era vestida com meia seda. As cores das meias, utilizadas durante o dia, eram em homenagem ao sol, ao calor do Recife, uma adaptação à francesa. Queimada ao sol e misturando a cor da pele, virava cor de “chocolate com leite”. O mesmo acessório deveria ser utilizado em tons mais claros à noite, por exemplo, em danças e compromissos sociais. Nada passava despercebido quando o assunto era a roupa femininas e os saltos.

Os sapatos, que protegerão essas meias, são infinitamente abertos. A sandália faz sucesso. Em outro trançado para o dia, para a noite é dourada ou prateada. Tacões cubanos de madeira forrada substituíram os tacões a Luiz XV, mas arqueados: não têm mais de cinco centímetros de altura, o que diminua a estatura de nossas contemporâneas (Diário da Manhã, Modas, 30 de outubro de 1927).



Na década de 1920, o *Diário da Manhã* dedicou uma página especial em sua *Segunda Seção* ao suplemento *Modas*. Mulheres ocupavam boa parte da publicação, seja em fotos ou como alvo de artigos e reportagens.

As dicas de moda no suplemento quase nunca tinham revelados os nomes das jornalistas ou jornalistas colaboradores. Na pesquisa, supomos que parte desse trabalho era fruto de textos, traduzidos da imprensa estrangeira ou escrito por mulheres, que não tinham seus nomes revelados. Até porque, se interessar por moda e costumes femininos, naquela época, talvez, não tenha sido uma prática muito comum do jornalismo exercido por homens na Primeira República (1889-1930), período em que a definição dos papéis de gênero era clara: cabiam a eles os assuntos mais sérios, de cunho político, sociológico e cultural. Um dos indícios dessa hipótese é que não existem artigos, no recorte deste artigo, sobre moda assinados exclusivamente por homens. Mesmo sem assinatura na maioria dos casos, quando ela aparece, é de uma jornalista ou escritora mulher.

Alguns textos autorais aparecem nas páginas com mensagens de “passividade” num caderno produzido especialmente para o público feminino. Um exemplo é um trecho do livro de memórias *Minha formação*, do pernambucano Joaquim Nabuco, publicado numa edição do jornal no dia 30 de outubro de 1927. Esse texto não destaca qualquer comportamento sobre moda feminina, tema proposto pela publicação do *Diário da Manhã*.

A reprodução do trecho do livro do intelectual revela a preocupação do jornal em destacar determinados temas, como a “passividades”, associado ao público feminino. Era uma espécie de “linha editorial” da publicação, apresentada aos seus leitores, em detalhes bem sutis.

De passagem, pôde-se ver muita coisa, mas não sem revelação do nada. A primeira condição para o espírito receber a impressão de uma grande criação qualquer, seja ella de Deus, seja das epochas, - nada é puramente individual, - é o repouso, a ocasião, a passividade, o apagamento, do pensamento próprio: dar à forma divina o tempo que ella quizer para reflectir-se em nós, para deixar-nos comprehendi-a e admirar-a, para revelar-nos o pensamento originário donde nasceu (NABUCO, 1927, Diario da Manhã).

Ao lado do texto de Joaquim Nabuco, fotos de mulheres “abriam a página”, como se diz no jargão do jornalismo ao se referir a imagens ou fotos que são publicados com destaque no começo da página impressa. Ao posar na praia de Olinda, algumas mulheres são identificadas como personagens. Vestidas a caráter, com roupas de banho longas, escuras e, por vezes, com chapéus grandes, elas em nenhum momento dão qualquer tipo de depoimento para o jornal. São identificadas apenas como Rosa, Adalgisa, Isabell, Lucilla, Maria de Lourdes e Margarida. Elas não têm profissão, nem sobrenome, nem idade. Personagens à margem do jornalismo feito para elas mesmas. No mesmo dia, ainda há um registro sobre mulheres na praia de Boa Viagem, no Recife, porém, sem a identificação das mulheres. O curioso é que o jornal alerta neste segundo caso: “fujam do canto das sereias”.

No campo da história, pesquisas como a da historiadora Silvia Couceiro (Fundaj) releva que os “banhos de mar” estavam entre as novas práticas de exposição do corpo feminino na década de 1920. No período, existe uma mudança na concepção de divertimento das famílias recifenses. Se no século 19, o contato com a beira-mar, areia e sol estava associado a terapias médicas, no início das duas décadas do século vindouro, o contexto era bem diferente. Nessa época, as famílias começaram a trocar os banhos de rio em bairros como Poço da Panela, Monteiro e Caxangá por uma temporada nas praias entre os meses de setembro e fevereiro em Boa Viagem, no Recife, ou nas praias do Milagre ou Casa Caiada, em Olinda. “(Os banhos de mar) começavam a representar não apenas saúde, mas também uma prática ligada à diversão e ao descanso da vida urbana, que, com as transformações técnicas e a aceleração dos ritmos, passava a ser considerada atribulada e

confusa<sup>67</sup>. Relatos de revistas da Capital pernambucana do período demonstram que, no mês de dezembro, a cidade esta morta. “Todos” iam às praias.

A imprensa de moda, analisada neste artigo, revela, assim, essa mudança de hábito na sociedade recifense, no entanto, exige, além das vestimentas adequadas, determinados padrões de comportamento. Num artigo intitulado *Paris ou New-York?*, assinado por L.O, em 8 de janeiro de 1928, o jornal deixa bem claro que o tempo mudou. O texto chega a ser destoante no seio da publicação, porque põe em xeque o “padrão Paris” tão valorizado pelo próprio jornal e por publicações contemporâneas. O mote é o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e a ascensão dos Estados Unidos no cenário global. A produção e a efervescência cultural da Brodoway é utilizada para reforçar o argumento. As mulheres, a partir do fim do conflito, seriam mais “americanas” do que francesas. Aliás, o texto chama atenção para um fato: a alta costura parisiense já estava sendo controlada por Nova York.

Ao se referir as costureiras francesas como “sacerdotizas da moda”, o artigo diz que ainda existe um momento de resistência, que os “espíritos” (ou seriam as mulheres?) rejeitam vozes de comando antes de discuti-las. As transformações estão chegando. Um dos exemplos é que a moda de Paris lutou para a permanência dos cabelos longos, mas Nova York ganhou a briga. Outra briga foi em relação a saia. Elas estariam mais curtas e sob a influência do “senso prático” americano. “Que a mulher pode mostrar novos encantos, a graça estonteante das pernas que, para a americana, merecem um culto mais fervoroso do que o busto e o rosto para a parisiense (L.O. *Diario da Manhã*, 1928)”, destaca. Como defende L.O, do qual não conseguimos localizar sua identidade, a moda é sinônimo de época:

Dir-se que a mulher vae perdendo a espiritualidade, a doce espiritualidade que caracterisava as damas dos tempos dos minuetes aristocraticos. Em compensação ganhou a franqueza com que se expõe e o domínio mais irresistível sobre o homem.

A moda, ademais, reflecte a epocha. E não se comprehenderiam as exigencias actuaes da vida, em que a mulher invade a seára masculina, competindo com o homem em todas as attribuições desde, jungida a uma indumentaria impropria. Queiram ou não queriam, o Novo Mundo passou a ser, e será d'ora avante, o conductor das idéas novas. (L.O. *Diario da Manhã*, Modas, 1928).

As transformações também passavam à margem. A mulher americana poderia estar sendo protagonista no cenário da moda, mas para a mulher recifense, o *Diario da Manhã* ainda defendia modelos e figurinos mais tradicionais para as suas leitoras. Novos tempos? Só nos artigos e no “distante”, a exemplo de Paris e Nova York. Os editoriais de

---

<sup>6</sup> COUCEIRO, Sylvia. *Entre festas, passeios e esportes: o Recife no circuito das diversões nos anos 1920*. IN BARROS, Nathália; REZENDE, Antônio Paulo; SILVA, Jailson Pereira da. *Os anos 1920: histórias de um tempo*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2012. p. 91



moda indicavam roupas mais requintadas, com uso de prata e ouro, com tecidos de alto preço na alta costura, mas sempre com a “pureza das linhas” (dos cortes) e em tons sóbrios. Os chapéus de feltro também eram indicados para usar em passeios, mas não em viagens mais formais, como as de automóveis. A realidade recifense era transportada para Paris. Todas as dicas valeriam para as duas cidades.

O jornal valorizava mesmo a “simplicidade”, como ilustra um texto de 1º de janeiro de 1928. O vestido de duas peças não estava fora de moda. Ele deveria ser conservado como peça-chave em qualquer guarda-roupa. Essa opção de roupa seria para o dia e o melhor “traje de rua”. A publicação alertava para “nunca vestir um traje dessa forma para os chás, nem para os jantares”. A produção seria outra. Inspirada na alta costura. De novidade, apenas o jumper (ou jumjer) de kasha guarnecido na cintura e nos punhos da manga, nada comparado com os de hoje, com grandes aberturas. Até o decote em forma de V era bordado. Se o assunto era o corpo feminino, menos exibição, era sinônimo de mais elegância (Modas, Diário da Manhã, 1928).

### **Moda, corpo e “feminismo” no *Diário de Pernambuco***

Fundado em 7 de novembro de 1825 pelo tipógrafo Antônio José de Miranda Falcão, o *Diário de Pernambuco*, que depois passou para os *Diários Associados*, é a publicação mais antiga em língua portuguesa em atividade no mundo. O jornal, que acompanhou os principais fatos da história de Pernambuco desde o século 19, também desempenhou um papel de destaque na formação do jornalismo de moda no estado. O impresso começou com o suplemento *Modas* em 1º de janeiro de 1924, dando destaque às diversas formas de comportamento e dicas de vestuário para suas leitoras. Tempos depois, o *Modas* foi inserido numa página especial denominada *Magasine - Ciencias, Letras, Artes, Mundanismo, Variedades*, publicada aos domingos.

Com um padrão editorial distinto do concorrente *Diário da Manhã*, o *Diário de Pernambuco* inseria todas as matérias, que abordavam desde temas de literatura até o desenho de vestidos, numa única página. Os artigos de moda, muitas vezes fruto de traduções da imprensa estrangeira – esta é a hipótese que levantamos em alguns casos – conviviam com poesias, artigos de história, dicas de decoração, entre outros. Mas o que chama a atenção mesmo é que, em quase todos esses temas, a mulher era um dos alvos principais das produções. Isso num contexto em que elas ainda não ocupavam, de forma expressiva, a redação como jornalistas.

No período analisado neste artigo – fruto de uma pesquisa em andamento sobre os suplementos literários no Programa de Pós-Graduação em História da UFRPE, orientado pela professora Alcileide Cabral do Nascimento<sup>7</sup> -, o jornal debatia, ao seu modo, o feminismo, a questão estética do corpo mulher e as novas tendências da moda, principalmente a parisiense, sempre citada em qualquer artigo do período, mostrando que o padrão francês, além de dominar o jornalismo em termos editoriais, também era influente na alta costura do período. Na época, o *Diario* ainda estava sob a administração do empresário Carlos Lyra e sob a direção de redação do seu filho, Carlos Lyra Filho. Um tempo marcado por avanços e novas demandas, algumas reprimidas.

Por exemplo, na edição de 8 de agosto de 1924, no artigo intitulado “O verdadeiro feminismo”, sem a identificação do autor, a publicação demonstra o que pensa sobre o feminismo e ilustra bem o pensamento da redação no período. Na verdade, o artigo revela o objetivo de algumas mulheres, ainda na década de 1920, de ter acesso ao voto. Esse direito foi conquistado, apenas, na Era Vargas, uma década depois. O argumento utilizado na publicação vem de uma autora estrangeira, a peruana Ema Garcia y Garcia, que, diretamente de Paris, argumenta que em seu país de origem as mulheres não estão preocupadas em votar, e sim, ter direito à independência financeira, o que seria traduzido em trabalho. A política, para ela, estaria em segundo plano. E o jornal endossa a tese na argumentação do texto.

Segundo o *Diario*,

Ha no Rio de Janeiro um pequeno grupo de damas inteligentes, mulheres de espírito e que, por terem espírito, também devem ter coração, que se batem pela conquista do voto para as mulheres. Acham ellas que a independencia da mulher só pôde ser obtida com a obtenção dos direitos politicos, ponto de vista visivelmente erroneo, e, sobretudo, contradictorio, em taes circunstancias, da propria liberdade.

Em um artigo recente em 'L'Amérique Latine', de Paris, a escriptora peruana Ema Garcia y Garcia esclarecia, inteligentemente esse problema. Segundo ella, a mulher, no Perú, não tem o direito de voto, nem o deseja. E, no emtanto, está quase emacipada. Está emancipada porque pôde manter-se sem auxilio do homem, quer como professora quer como dactylographa, quer como funcionaria do governo, quer como empregada do commercio, nas suas variadas modalidades. Não ha autonomia politica, quando não se tem independencia economica. (1924, Diario de Pernambuco, Magasine).

---

<sup>7</sup> O trabalho de mestrado de Tércio de Lima Amaral, em andamento, na UFRPE, sob orientação da professora Alcileide Cabral do Nascimento, pretende analisar as relações de gênero nos suplementos literários da imprensa em fins da década de 1920.



No *Diário de Pernambuco*, o *Magasine* trazia uma página de variedade, na qual o jornalismo de moda era um dos destaques. Mulheres de todas as idades e de diferentes classes sociais eram destaque na página especial

No desfecho, o artigo ainda reforça que a mulher brasileira é uma das mais “bem orientadas”, a exceção de “meia dúzia de revolucionárias”. É bom sinalizar, no entanto, que este artigo não estava inserido propriamente no espaço dedicado ao jornalismo de moda do *Diário*, apesar de dividirem a mesma página impressa. Utilizamos o trecho da publicação para mostrar como a linha editorial reforçava parte do pensamento dos jornalistas e da imprensa de um modo geral sobre o papel da mulher na sociedade recifense da época. De jornalismo de moda, propriamente dito, apenas uma fotografia de uma adolescente ilustrando um “vestido de mocinha”. O desenho do vestido também não tem autoria ou assinatura do autor. Na mesma edição, existe um artigo assinado por Chermont de Britto sobre a velhice e uma poesia de Onestaldo de Ponnafort.

Em termos de “feminismo”, o *Diário de Pernambuco* não aprofunda o tema nem destaca qualquer movimento em curso na época. Na década de 1920, autoras como a inglesa Virgínia Woolf defendiam, sobretudo, a autonomia financeira da mulher. Ou seja, a submissão da mulher ao homem não era consenso entre as próprias mulheres. Existiam vozes destoantes. A escritora, inclusive, chegou a colaborar em suplementos literários, como o clássico, *Times Literary Supplement* – para complementar sua renda. Sobre a questão financeira, ela concordava com a escritora peruana: “Dos dois – o voto e o dinheiro –, o dinheiro, reconheço, parecia infinitamente mais importante. Antes disso, eu ganhava dinheiro mendigando trabalhos ocasionais nos jornais, escrevendo sobre um espetáculo aqui ou um casamento ali (WOOLF: 2014; p. 57)”.

Esse é um período de transformações sociais, e claro, de costumes, que a imprensa recifense, analisada neste artigo, fez questão de combater. O sociólogo pernambucano Gilberto Freyre, um dos grandes colaboradores do próprio *Diario de Pernambuco*, destaca no livro clássico *Modos de homem & modas de mulher*, que essas mudanças do corpo feminino foram sentidas nos estilos de trajo, dos sapatos, do penteado e de adorno. Essas mudanças, ainda de acordo com ele, influenciaram até a forma na de andar, de sorrir, de beijar e de se comportar da mulher Ocidental. O sociólogo, alerta, no entanto, que as mudanças desse período foram para “eles e elas”. Essas seriam as “novas formas modernizadas” de relações no viver doméstico ou privado com o público.

“Todas essas modernizações vêm exigindo do trajo, do calçado e do próprio penteado e do próprio adorno da mulher adaptações a esses ritmos de andar, a essas noções de tempo, a essas comunicações, todas tendentes a acelerações, a velocidades, a agilizações<sup>8</sup>”, defende Gilberto Freyre. Notemos que, na imprensa de moda do *Diario*, poucos eram os vestidos exibidos que defendiam cortes mais ousados ou que remetessem movimento ao corpo feminino. Muito pelo contrário. O jornal recifense defendia roupas longas e com cores sóbrias para as mulheres, quando não faziam uma associação equivocada entre feminismo e estética feminina.

Um dos exemplos é um artigo publicado no suplemento *Magasine*. Numa época em que a moda feminina se encontrava atrelada a roupas mais justas, com cortes retos, os corpos mais magros começam a ser valorizados. Já na década de 1920, a publicação defendia a prática de esportes pelas mulheres – o que era considerado uma “quebra de tabu” em todos os campos, desde o científico ao cultural. No artigo “O sport e a beleza das mulheres”, também sem assinatura, reforçada por desenhos de vestidos para mulheres de corpos magros, o jornal diz que defender a prática de esportes pelas mulheres é o “feminismo ideal”. A publicação é de 21 de dezembro de 1924. Descreve o texto,

Graças a ella não ha receio em exaggerar-se que tudo leva a crer que o sport tambem lhe pertencerá. Aliás, uma conclusão é evidente: - não constitue um obstaculo à belleza. Antes pelo contrario: um exercicio bem orientado lhe dará o maximo de formosura, além de avivar-lhe os predicados da graça. Adeus ao ideal dos romanticos, carvão e ennegrecer as olheiras falsas e vinagre e a empallescerecer faces risonhas!

O 'croos country', por exemplo permite á mulher o realce de suas linhas e lhe faculta attitudes que correspondem aos mais severos e classicos canones. Não ha que estranhar, pois os gregos, mestre immortaes, reproduziam nos frisos e estatuas a

<sup>8</sup> FREYRE, Gilberto. *Modos de homem & modas de mulher*. São Paulo: Global, 2009. pp. 36-37

elegancia e a força dos atletas, como admiráveis vencedores que haviam conquistado o ideal da beleza humana. (1924, Diário de Pernambuco, Magasine).

Aliás, só mesmo com algum exercício físico ou com uma boa alimentação, as mulheres brasileiras, sobretudo pernambucanas, poderiam utilizar vestidos da alta costura, como os em *moire*, em *taupe*, ornados de bordados, ricos em cores azul e vermelho. Os trajes buscavam a “perfeita distinção” e tinha poucos enfeites, como as *draperies* ao lado, nos punhos e na gola da manga. Os tecidos cetins também ganhavam destaque e davam movimento aos trajes mais sofisticados da Primeira República (1889-1930). Chás e jantares de cerimônia eram os alvos principais de toda essa produção, combinadas por chapéus com tons sóbrios. As chapelarias, lojas especializadas na venda do adereço tão comum na época, também estavam presentes nos anúncios do caderno. Um conjunto e tanto para as leitoras e seus maridos que esperavam o jornal aos domingos. (MODAS, 2 de novembro de 1924).

Essa ousadia nas vestimentas, no entanto, deveriam ser medidas por determinado padrão estético, regrada pela moral da época. Luxo não poderia ser sinônimo de vulgaridade. Retirando as ocasiões mais formais, que exigiam vestidos mais elaborados, o ideal no cotidiano era mesmo utilizar roupas brancas, sem cores fortes (Magasine, Seção Elegância, Diário de Pernambuco, 20 de junho de 1924). “Isto porque a roupa branca é modesta - não se mostra - só é conhecida pela sua própria dona e assim, não pôde suscitar admiração ou inveja aos olhares alheios, entretanto, é ella o mais eloquente atestado do bom gosto e capricho de uma mulher”, diz um artigo publicado na mesma data.

Dicotomias existiam: mulheres mais ousadas figuravam nas páginas como “Estrelas do cinema” conviviam com leitoras que deveriam ser discretas e bem comportadas. Eram dois padrões a serem seguidos. No quesito moda, esse padrão também existia: o da alta costura e o do cotidiano, este último atribuído aos afazeres do lar ou ao trabalho feminino. Contando as novidades do estilista francês Rodier em 9 de novembro de 1924 e dividindo a página com artigos assinados com nomes como Costa Porto, Juliana Lopes de Almeida e Paulo Torres, a jornalista Alice Lengeller – algo raro na época por ser um texto assinado por mulher, apesar de possivelmente ser uma autora estrangeira – fala dos vestidos em tom tigre e camaleão. Golas e punhos usavam a mesma estampa, combinados com os chapéus. Eram trajes elegantes. A autora diz que “Se a mulher estiver chic no vestido camaleônico, vencerá o camaleão, como vencerá o tigre” (LENGELLER, Magasine, 9 de novembro de 1924). Para vencer essa batalha pela elegância, de um mundo (quase) animal, era preciso mais que um vestido.

### Considerações finais

A década de 1920, para o campo da imprensa, trouxe diversas inovações, seja no campo técnico seja no editorial. O jornalismo de moda, alvo de nossa pesquisa, foi um desses alvos. Este artigo é de alguma forma, um complemento do trabalho iniciado no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da UNICAP, ainda em 2010, e em curso no Programa de Pós-Graduação em História da UFRPE, que analisa as relações de gênero em suplementos literários na imprensa recifense do mesmo período. Nossa intenção, ao partirmos para o campo do jornalismo de moda, foi ter uma compreensão mais geral dos papéis de gênero no chamado jornalismo de entretenimento, tão comum nos dias de hoje e em formação no início do século 20 (BARBOSA: 2007).

Nosso resultado parcial – até porque, como destacamos, a pesquisa está em andamento – é que, apesar de todas as transformações no campo técnico, como o uso frequente de fotografias, e editorial, e a adoção de suplementos culturais, os jornais da grande imprensa recifense não tiveram uma postura de mudança em relação à mulher na década de 1920. Mesmo sendo um dos maiores alvos dessa produção especial, as mulheres não tinham participação como escritoras e jornalistas e ainda estavam submetidas às regras estéticas, de vestimentas e de comportamento desses jornais. Na relação entre mulheres e imprensa, poderíamos dizer que elas tinham mais deveres do que direitos. As regras dos corpos magros e discretos estavam lá. Era preciso segui-las para entrar na “moda”, como os próprios suplementos eram intitulados.

Mas as transformações não foram apenas da imprensa. Ao analisar esses suplementos de moda do *Diario da Manhã* e do *Diario de Pernambuco* na Primeira República (1889-1930) também deparamo-nos com as mudanças sofridas no Recife na década de 1920. Pesquisas, já concluídas, sobre o período demonstram a criação de um novo “espaço urbano”. A população do Recife teve um crescimento expressivo: dos 113 mil habitantes, em 1900, passou a concentrar 239 mil, em 1920 (RESENDE: 2005, p. 94). Acompanhando este movimento, os jornais também ampliaram seus espaços em páginas literárias e infantis para o debate de temas como o papel da mulher naquele momento histórico, influenciando, desse modo, a formação da opinião do seu público-leitor.

Este artigo vem contribuir, ainda, para os estudos de história e gênero já em curso e reforça a tese de que a imprensa - leia-se jornais do porte do *Diario da Manhã* e *Diario de Pernambuco* - pouco dedicavam páginas e espaços para a discussão de temas importantes como o direito ao voto feminino e o feminismo, que trazia, na época, outras demandas, a

exemplo da adoção de novos modelos de roupas e até o acesso da mulher ao trabalho, à educação. O *Diário de Pernambuco*, como mostramos nesse trabalho, resumia o feminismo ao simples acesso ao mercado de trabalho. Escritoras estrangeiras, mulheres, eram evocadas pela publicação pernambucana para reforçar esses temas.

É possível afirmar, ainda, em virtude da leitura desses trabalhos em andamento, que o espaço para este tipo de discussão – sobre feminismo e outros direitos das mulheres – ficava praticamente restritos às publicações feministas, como analisa a historiadora Alcileide Cabral em pesquisa sobre a análise do discurso de duas feministas pernambucanas, Edwirges de Sá e Martha Pereira, isso já na década de 1930 do século 20. Ou seja, quase dez anos depois do período em que analisamos o jornalismo de moda na capital de Pernambuco (NASCIMENTO: 2012).

### Referências bibliográficas

- BRAGA, Adriana. *Corpo e mídia: fragmentos da imprensa feminina no Brasil*. Anais do 10º Encontro da Rede Alfredo de Carvalho (Alcar) - Mídia: 2 séculos de História. Espírito Santo, 2003.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BESSE, Susan K.. *Modernizando a Desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil, 1914-1940*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.
- BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus, 2009.
- COUCEIRO, Sylvia. *Entre festas, passeios e esportes: o Recife no circuito das diversões nos anos 1920*. IN BARROS, Nathália; REZENDE, Antônio Paulo; SILVA, Jailson Pereira da. *Os anos 1920: histórias de um tempo*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2012
- DOS PÉS A CABEÇA. **Diário da Manhã**. Recife, 30 de outubro de 1927. Modas.
- FREYRE, Gilberto. *Modos de homem & modas de mulher*. São Paulo: Global, 2009.
- LENGELLER, Allice. As estravagâncias da moda. **Diário de Pernambuco**. Recife, 9 de novembro de 1924. Magasine.
- L.O.. *Paris ou New-York*. **Diário da Manhã**. Recife, 8 de janeiro de 1928. Modas.
- MINHA FORMAÇÃO. **Diário da Manhã**. Recife, 30 de outubro de 1927. Modas.
- NASCIMENTO, Alcileide Cabral do. *Por uma igualdade emancipadora da mulher: Edwirges Sá e Martha de Hollanda, feministas em luta pela cidadania política em Pernambuco dos anos 30*. XV Encontro Regional de História da ANPUH-Rio. Rio de Janeiro, 2012.
- NASCIMENTO, Luiz do. *História da imprensa de Pernambuco* (v. I). Recife, PE: Imprensa Universitária, 1968.
- \_\_\_\_\_. *História da imprensa de Pernambuco* (v. III). Recife, PE: Imprensa Universitária, 1967.
- O SPORT E A BELEZZA DAS MULHERES. **Diário de Pernambuco**. Recife, 8 de agosto de 1924. Magasine.
- O VERDADEIRO FEMINISMO. **Diário de Pernambuco**. Recife, 8 de agosto de 1924. Magasine.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2013.
- RESENDE, Antônio Paulo. *Desencantos modernos: histórias da cidade do Recife na década de XX*. Recife: FUNDARPE, 1997.
- SEÇÃO ELEGÂNCIA. **Diário de Pernambuco**. Recife, 20 de junho de 1924. Magasine.
- SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria de análise histórica*. Educação e Realidade. Porto Alegre, v. 20, n.2, jul-dez, 1995.
- SIMPLICIDADE. **Diário da Manhã**. Recife, 8 de janeiro de 1929. Modas.
- WOLF, Virgínia. *Um teto todo seu*. São Paulo: 2014.