



Jornal das Moças (1926): gênero e modernidade na imprensa norte-rio-grandense¹

Manoel Pereira da ROCHA NETO²
Isabel Cristine Machado de CARVALHO³
Monick Talita Inácio da CÂMARA⁴
Universidade Potiguar, Natal, RN

RESUMO

A pesquisa investiga o Jornal das Moças (1926-1932), folha feminina editada pelas professoras Georgina Pires, Dolores Diniz e Júlia Medeiros na cidade de Caicó (RN). Utilizo como fontes os exemplares disponíveis em acervos públicos e privados, entrevistas e documentos oficiais. No jornal eram publicados artigos, curiosidades, poesias, literatura, pensamentos, colunas sociais, acontecimentos da sociedade, amenidades, notas diversas, anúncios do comércio local e questionamentos sobre a condição da mulher naquela sociedade, configurando o espírito de modernidade. Os resultados da pesquisa balizam para constatar que esse impresso foi um veículo de comunicação inovador, tornando-se um dos instrumentos dos quais as mulheres puderam extrapolar as barreiras do seu espaço e teceram suas conquistas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Imprensa Feminina; Modernidade; Gênero.

O presente artigo tem como objetivo investigar o conteúdo jornalístico e o caráter de modernidade do Jornal das Moças (1926-1932), como também as relações sociais de gênero. A folha feminina semanal circulou na cidade de Caicó, no Rio Grande do Norte, na década de 1920, período de transformações sociais como a participação da mulher na sociedade, o espírito de modernidades e o discurso higienista daqueles anos.

O jornal foi fundado pela professora Georgina Pires, em 07 de fevereiro de 1926, e gerenciada pela educadora Dolores Diniz, contava também com as redatoras e

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Professor Doutor em Educação e docente do curso de Jornalismo da UNIVERSIDADE POTIGUAR-UnP, email: manupereira@unp.br.

³ Professora Mestre em Educação e docente do curso de Jornalismo da UNIVERSIDADE POTIGUAR, UnP, email: isabelcristine@unp.br.

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNIVERSIDADE POTIGUAR-UnP, e-mail: monickcamara@gmail.com



colaboradoras: Júlia Medeiros, Santinha Araújo, Leonor Cavalcante, Julinda Gurgel, bem como várias outras educadoras da cidade. (ROCHA NETO, 2002).

O periódico possuía com epígrafe Literatura, humorismo e crítica, que traduzia o seu tripé editorial. Nas suas páginas eram publicados artigos, curiosidades, poesias, literatura, pensamentos, colunas sociais, acontecimentos da sociedade, amenidades, notas diversas, anúncios do comércio local e questionamentos sobre a condição da mulher naquela sociedade.

Com 28 cm de largura por 38 cm de altura e com cerca de três colunas em cada página, o periódico era impresso em papel jornal com folhas soltas e dobradas em forma de caderno. Sua distribuição era feita por meio de venda avulsa nas bancas e por assinatura. Fato inédito para um jornal local segmentado para o público feminino, visto que os jornais editados por mulheres no Rio Grande do Norte, em sua maioria, eram manuscritos. O semanário de Caicó já utilizava técnicas jornalísticas, como por exemplo, a diagramação. (MORAIS; ROCHA NETO, 2010).

De acordo com Marcondes Filho (2000, p.48), a história do jornalismo está classificada em cinco etapas distintas: O jornalismo Pré-histórico (1631-1789), considerado artesanal; o Primeiro jornalismo (1789-1830), de teor político-literário; o Segundo jornalismo (1830-1900), denominado como imprensa de massa; o Terceiro jornalismo (1900-1960), assinalado como imprensa monopolista e, por fim, o Quarto jornalismo (1970-até os nossos dias), sendo este o jornalismo de informação eletrônica e interativa. (MARCONDES FILHO, 2000, p.48).

Nesta linha de raciocínio, o Jornal das Moças se insere no Terceiro jornalismo (1900-1960), época caracterizada como uma imprensa monopolista, de grandes rubricas políticas ou literárias e páginas-magazine: esporte, cinema, rádio, teatro, feminino, ou seja, sintonizado com a modernidade.

A folha feminina tinha um projeto gráfico definido, procedimentos jornalísticos como a impressão, produção de texto jornalístico e, principalmente, a diagramação. Ao executar o processo de diagramação, as editoras já utilizavam o conhecimento das técnicas jornalísticas com relação à disposição das matérias nas páginas do jornal. Ao distribuir as matérias, havia a preocupação de valorizar o assunto publicado obedecendo à trajetória do campo visual do leitor, através das zonas de visualização da página, de acordo com os interesses das produtoras.

Numa página de jornal podem ser observadas zonas de visualização. Preocupado com esse assunto, Alberto Dines observa que a grafia ocidental da



esquerda para a direita, no sentido horizontal, é um dos alicerces do percurso obrigatório dos olhos, influenciando decisivamente em nosso comportamento (DINES, 1974, p. 96).

Do mesmo modo, preocupado com o movimento ótico e o condicionamento ocidental de leitura da esquerda para a direita Arnold (1965, p.18) adverte sobre as zonas de visualização da página impressa. Numa página de jornal, facilmente se identifica, segundo esse autor, as zonas de visualização. São elas: a principal, que se localiza no alto à esquerda; a zona secundária, situada à direita na parte inferior da página do jornal; a zona morta, que fica à direita no alto e à esquerda embaixo da página; o centro ótico, localizado no centro da página; e por fim, o centro geométrico, também situado no centro da página.

Rabaça e Barbosa (1978, p.155), a respeito da diagramação no jornalismo, explicitam que diagramar é fazer o projeto da distribuição gráfica das matérias a serem impressas, como o texto, títulos, fotos, ilustrações, de acordo com determinados critérios jornalísticos e visuais. Seria distribuir técnica e esteticamente, em um desenho prévio, as matérias destinadas à impressão.

Em termos de programação visual, a diagramação é o projeto, a configuração gráfica de uma mensagem colocada em determinado campo, como página de livro, revista, jornal, cartaz, que serve de modelo para a sua produção em série. A preocupação do programador visual é dar a tais mensagens a devida estrutura visual a fim de que o leitor possa discernir, rápida e confortavelmente, aquilo que para ele representa algum interesse. As decisões mais importantes a serem tomadas no ato da diagramação são normalmente formuladas sob os seguintes aspectos básicos: as ideias que as palavras deverão representar; os elementos gráficos a serem usados; a importância relativa das ideias e dos elementos gráficos; a ordem de apresentação (SILVA, 1985, p.43).

Adotando algumas dessas orientações técnicas, uma publicação pode ser considerada, dentro dos critérios jornalísticos, um bom jornal. Por esse motivo, o periódico caicoense pode ser classificado como inovador face às outras publicações femininas do estado, visto que a maioria dos jornais produzidos por mulheres, que circulou no Rio Grande do Norte, era manuscrita, como por exemplo, o jornal ‘A Esperança (1903-1909), editado no município de Ceará-Mirim (RN).

O jornal caicoense não inova apenas na linha editorial e na sua forma gráfica. Havia também no impresso uma página de anúncios, que circulou de fato, após três



meses da sua fundação. Investigando os exemplares daquele período, percebo que isso aconteceu a partir da edição de 23 de maio de 1926.

O Jornal das Moças se consolida como uma folha de sucesso e com a colaboração de ambos os sexos:

O sucesso do periódico podia ser mensurado não só pela quantidade de textos enviados por colaboradoras e colaboradores (entre eles, alguns assíduos redatores como Renato Dantas, Janúncio Bezerra da Nóbrega e José Gurgel de Araújo). A coluna de cartas publicava mensagens entusiasmadas de felicitações enviadas por moradores de Caicó e de cidades vizinhas. (RIBEIRO, 2006, p. 27).

Aproveitando o sucesso do jornal as editoras se apropriavam das técnicas de marketing e da publicidade para promover o periódico. Anualmente eram realizados os Concursos de beleza, para o público feminino, e o de Gentileza, voltado para os cavalheiros. Os concursos desse gênero eram oportunos para reunir a nata da sociedade caicoense.

A votação era feita com cupons, publicados nas páginas dos jornais, e geralmente depositados em uma única urna, num local determinado. Esses concursos comprovam o prestígio que o Jornal das Moças. Em 1926, segundo a edição de 31 de julho de 1926, foram cerca de 2.576 votos, sendo 1.873 para as mulheres e 703 para os homens. (CONCURSO DE BELEZA E GENTILEZA, 1926, p.3).

O Jornal das Moças divulgou o resultado dos vencedores do Concurso de Beleza e Gentileza, e destacou que, na categoria destinada à beleza feminina, a vencedora foi a senhorita Thereza Dantas, com 503 votos, seguida da senhorita Silvina Araújo, com votação aproximadamente de 453 votos. (CONCURSO DE BELEZA E GENTILEZA, 1926, p.3).

Já no concurso de gentileza, destinado aos homens, o vencedor foi Eloy Cesino Medeiros com aproximadamente 273 votos, e o segundo colocado, por sua vez, com 123 votos, o Sr. João Azevedo.

Com esses eventos, o periódico caicoense conseguiu aglutinar leitores de ambos os sexos. Apesar de ser um jornal produzido quase completamente pelas mulheres, o jornal detinha prestígio também junto ao sexo masculino, pois ele continha notícias e reportagens de interesse geral, como também espaços para novos anunciantes.

O festival lítero-artístico era outro evento que objetivava alavancar as vendas do jornal e confirmar o discurso da modernidade e o direito de equidades de gênero. No



discurso de abertura do festival, as editoras aproveitavam a visibilidade do evento, no qual reunia toda a sociedade de Caicó na ocasião do festival lítero-artístico, evento promovido pelo Jornal das Moças e realizado no teatro Avenida. Na abertura do festival, a gerente Dolores Diniz inicia a sua fala enfatizando a importância daquele jornal para a sociedade norte-rio-grandense:

O Jornal das Moças é uma bela cintilação da inteligência feminina, porém, é, mais ainda, um padrão de trabalho de amor e de virtude. Em pleno século XX, meus senhores e minhas senhoras, quando o liberalismo feminino se levanta [...] a moça de Caicó conseguiu esse triunfo, essa ideias, esse pensamento com a criação do seu jornal. (DISCURSO, 1926, p. 02).

No seu discurso, observa-se o desejo de Dolores Diniz, com relação à folha que gerenciava. Na ocasião, ela destacou a importância de divulgar para toda a cidade de Caicó, aquele que era a voz da mulher e solicitou a cooperação de toda a sociedade, principalmente as moças de Caicó:

A cooperação é, porém, o fundamento do seu progresso (do jornal). A dinâmica de sua vida é a razão de sua existência no povir. Assim, pois, precisamos do carinho do vosso apoio, da benevolência da vossa simpatia. Por um princípio de sociabilidade entre a moça norte-rio-grandense, contamos com a vossa propaganda, com o vosso grito de ânimo e de coragem, a fim de que seja verdade o intercâmbio intelectual, moral e social, da mocidade feminina, sempre cheia de esperanças vigorosas e de aspirações verdadeiramente admiráveis. (DISCURSO, 1926, p.02).

Dolores Diniz convida toda a sociedade que se fazia presente naquele evento, principalmente o público feminino, para levantar a bandeira em defesa do jornal, da sociabilidade das moças da cidade, como também o desenvolvimento da inteligência feminina norte-rio-grandense.

Era o desejo das mulheres de Caicó em conquistar novos espaços na sociedade. A vida moderna exigia novas formas de comportamento. O jornal era um espaço privilegiado, pois chegava aos lares e levava consigo assuntos e discussões que transcorriam fora do espaço privado.

Nesse ínterim de agitação, em que tudo parecia novo, as mulheres, que eram educadas para o espaço privado, começaram a despertar suas inquietações para também participar daquele momento que, até então, poucos tinham acesso; as “maravilhas da modernidade”.



Esse espírito de modernidade é presente em um trecho do discurso de Dolores Diniz na abertura do festival lítero-artístico: “[...] Queremos as alturas condoreiras, galgar nas asas do optimos, andar de braços com a evolução [...], que encontra apoio na civilização cosmogônica das grandes cidades”. (DISCURSO, 1926, p.02).

No entanto, apesar do discurso que aborda as questões femininas e o desejo de conquistar direitos sociais, a gerente abandona seu trabalho após o casamento. Afirma-se isso no sentido de opção pessoal, da vida privada, pois os espaços, conforme já foi abordado, eram distintos, ou seja, naquele recorte temporal, a mulher não exercia ainda a jornada dupla de trabalho no público e no privado.

A partir daquele momento, Dolores Diniz deixa o espaço público, conquistado através das suas práticas de escrita, sobretudo, as suas práticas administrativas, função esta exercida exclusivamente fora do lar pelo homem, para dedicar-se ao casamento.

Esta atitude da ex-gerente do Jornal das Moças representa a maneira que a sociedade vigente naquele período pré-estabelecia para os destinos das mulheres. Mesmo detentora de ideias e pensamentos que iam de confronto com as normas sociais, como o direito de voz à mulher, por exemplo, Dolores Diniz fez-se calar.

O jornal das Moças não inova apenas na linha editorial, nos eventos culturais e nos concursos. Havia também no impresso uma página de anúncios, que circulou de fato, após três meses da sua fundação. Investigando os exemplares daquele período, percebo que isso aconteceu a partir da edição de 23 de maio de 1926.

1.2 Os anúncios publicitários e a modernidade.

Com a boa aceitação e a circulação nas grandes rodas sociais da cidade, causando curiosidade e admiração das moças e senhoras, o comércio de Caicó encontrou nas páginas do Jornal das Moças o meio ideal para divulgar seus produtos para o segmento feminino. Eram veiculados anúncios de lojas de fazendas finas, de chapéus, de guarda-sol e adornos para tornar as moças da sociedade da cidade mais belas, bem como para ambos os sexos.

De acordo com Sant’anna (2002), a propaganda comercial como é conhecida, entendida e sentida nos seus efeitos, teve sua gênese em dois acontecimentos que estão interligados: “O aperfeiçoamento dos meios físicos de comunicação e o aumento da produção industrial pelo aperfeiçoamento tecnológico”. (SANT’ANNA, 2002, p.07).



Nessa perspectiva, o *Jornal das Moças* era considerado inovador e de vanguarda ao oferecer informações e produtos de consumo para o público feminino, como também para os homens do Seridó. Medeiros (2012) traz à baila, por meio dos estudos de Gurgel (2009), a presença masculina naquela sociedade e enfatiza o estilo das vestimentas dos cavalheiros caicoenses. “[...] A moda masculina privilegia o terno de linho branco, devendo todo cavalheiro possuir, pelo menos, um terno de casimira inglesa”. (MEDEIROS, 2012, p.73).

Ainda sobre a indumentária feminina e adornos como representação de elegância, assepsia e beleza, Medeiros (2012, p.73) assinala:

Como símbolo de distinção e poder, era frequente o uso de joias e perfumes. Este último elemento, a apreciado pela sua associação à limpeza e higiene, era, dentre os citados, desde as águas de Colônia até os extratos “*Quelquer Fleurs, de Houbigant, ou L’Origan e Chypré, da Coty*”. (SANTA ROSA apud MEDEIROS, 1974, p.100).

Endereços da moda e da elegância da cidade de Caicó foram presenças constantes nas diversas edições do *Jornal das Moças*, como o anúncio da Loja Avenida, no Centro da cidade, que inclusive aborda o conforto e as boas instalações daquele estabelecimento:

Instalada em prédio confortável, chama a atenção da distinta família caicoense para o variado sortimento de fazendas finas, artigos da última moda: charmeuse, crepes da China, voiles bordados, organdys bordados [...]. lindo sortimento de chapéus, última novidade para senhoras, senhoritas e homens. Uma visita à loja Avenida é economizar dinheiro e comprar com satisfação. (A LOJA AVENIDA, 1926, p.03).

Além dos produtos destinados ao vestuário das mulheres como tecidos, fazendas, adornos e produtos de perfumaria, o *Jornal das Moças* também veiculava anúncios de serviços para a beleza para ambos os sexos:

O dentista J. Freire, cirurgião dentista pela Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, possuindo completo instrumental de gabinete e prótese, pratica com absoluta segurança: dentaduras duplas, coroas de porcelana sintética, ouro e platina, blocos e incrustações a ouro e porcelana. Extrações sem dor, etc. (DENTISTA, 1926, p. 03).



Na mesma edição de 1926 encontra-se também o anúncio de um produto considerado inovador e moderno para o bom crescimento e para a saúde bucal das crianças, o Dentefácil, vendido na Farmácia Gurgel, do Farmacêutico José Gurgel de Araújo, proprietário e também colaborador do Jornal das Moças, sob o Pseudônimo de Flor de Liz. Sobre o Dentefácil o Jornal das Moças veiculou:

Dentefácil, preparado exclusivamente do Dr. Sabino Pinho, premiado em várias exposições do estrangeiro e também com medalha de ouro, no centenário da Independência do Brasil. Facilita a dentição e torna as crianças alegres, sadias, fortes, robustas e bem dormidas. Não sendo do Dr. Sabino é falso. Vende-se na Farmácia Gurgel. (DENTEFÁCIL, 1926, p. 03).

Estes fragmentos de anúncios configuram não apenas o hábito da mulher caicoense em se vestir elegantemente nos eventos sociais, mas também o costume de usar dentes de ouro e porcelana, como forma de ostentação.

Percebemos que o paradigma higienista dos anos de 1920 era evidenciado nos conteúdos das matérias jornalísticas, como também nos produtos anunciados. Nas edições do primeiro ano de circulação da folha nota-se a presença de produtos para a higiene pessoal da mulher como os produtos de limpeza.

[...] Produtos para tingir os cabelos como o “tônico Iracema”, para tingimento dos cabelos, *Tricófero de Barry*, para a limpeza da caspa, e os indivíduos menos privilegiados, reservava-se o uso do sabonete Caboclo ou do sabão Aristolino para a necessária assepsia e higienização dos corpos, em lugar do sabão caseiro e da raspa do juazeiro para a limpeza bucal. (SANTA ROSA, 1974 *apud* MEDEIROS, 2012, p.73).

Desse modo, a presença de anúncios publicitários era constante no Jornal das Moças. Uma página inteira para anúncios e a frequência dos citados anunciantes caracterizavam o prestígio que o Jornal das Moças detinha na sociedade local. Os anúncios viabilizaram a circulação da folha até meados dos anos de 1930.

Ao dedicarem uma página para anúncios, as editoras do jornal já percebiam o surgimento de uma possível sociedade de consumo:

Á nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando como que uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana. (BAUDRILLARD, 2007, p.1).



Nesse contexto as mulheres reverberavam pelo jornalzinho suas ideias, pensamentos e seus movimentos culturais e desejavam mutações e mudanças nas estruturas sociais. Elas começaram a produzir e participar na imprensa norte-riograndense, de modo mais abrangente, configurando o espírito de modernidade e consumo, ou seja, sujeitos denominados de consumidores.

Como compradores, fomos adequadamente preparados pelos gerentes de marketing e redatores publicitários a desempenhar o papel de sujeito – um faz de conta que se experimenta como verdade viva; um papel desempenhado como “vida real”, mas que com o passar do tempo afasta esse vida real, despindo-a, nesse percurso, de todas as chances de retorno. (BAUMAN, 2008, p.26).

Na perspectiva da modernidade dos anos de 1920, destaca-se a inauguração da luz elétrica, em 21 de abril de 1925, em lugar dos antigos lampiões manuais a querosene, instalados em 1909. Os postes se multiplicavam pela cidade que crescia.

O único motor que gerava a iluminação da cidade desde 1925 já não era suficiente. Foi através do Sr. Eduardo Gurgel de Araújo que um segundo equipamento ampliou a oferta de iluminação pública. “Por fim, no dia 21 de novembro de 1937, após doze anos da chegada da luz elétrica, a cidade pôde inaugurar a segunda etapa da sua iluminação. Era, portanto, a prosperidade chegando a Caicó”. (MONTEIRO, 1999, p. 98). Sobre o desenvolvimento presenciado na cidade, o Jornal das Moças publicou em 1926:

Caicó não é mais a velha cidade sertaneja de outrora, que não tinha nem luz, nem vida noturna, nem cinema [...]. A nossa querida “Urbe” se transformou por completo, de alguns anos para cá. Iluminou-se, criou – por assim dizer – alma nova: fez jus ao título invejável de “Capital do Seridó”. (DANTE, 1926, p. 01).

A prosperidade chegava também com o cinema moderno. Segundo Monteiro (1999, p.99), o Cel. Celso Dantas trouxe para Caicó, no dia 27 de dezembro de 1936, o primeiro cinema moderno da cidade, o cinema falado. O primeiro cinema de que se tem notícia em Caicó funcionou na Intendência Municipal, durante a festa de Sant’Ana de 1910. A cidade só veio conhecer uma sala de exibição em meados de 1925. Monteiro (1999, p.99), diz que foi “no dia 25 de julho de 1925 que o Sr. Eunico Monteiro inaugurou, num prédio próprio, pertencente a uma sociedade, um cinema de sua propriedade”.



Sobre as sessões do cinema Avenida, da empresa cinematográfica E. Monteiro, o *Jornal das Moças* divulgava em suas páginas sinopses do filme em cartaz na cidade. O filme era exibido em partes, como se fosse um pequeno seriado cinematográfico:

O cinema Avenida apresenta um drama que sensibiliza, pelo enredo tocante e pelo desempenho magistral, tornando, assim, digno de nossa seleta plateia. “Amor de mãe”, cinco maravilhosas partes de uma produção especial da renomada fábrica Nordisk. “Amor de mãe” é um drama onde predomina o sentimento, pelo que tem sido constantemente aplaudida esta película em todos os cinemas onde é exibido. (CINEMA AVENIDA, 1926, p. 03).

As sessões de cinema eram eventos sociais. No entanto, era na festa em homenagem à padroeira da cidade que toda a sociedade de Caicó celebrava o culto a Santa’Ana.

E cada família primava pela boa apresentação de seus membros – todos muito bem trajados: as mães em suas galas de joia, rendas e leques; as moças com luvas e flores; era um convite à boa educação dos rapazes, de prestigiar sua dama com cuidado de nem amassar a flor da cintura. (TRINDADE, 1983, p.33).

Em consonância com o hábito de se vestir elegantemente nos eventos sociais da cidade, principalmente nas festas religiosas como a festa de Sant’Anna, o *Jornal das Moças* veiculava na sua página de anúncio produtos para tornar as moças e senhoras de Caicó mais belas. Esses anúncios semanais eram dispostos, quase sempre, na terceira página do jornal. Eram divulgados produtos como tecidos, fazendas, chapéus, lenços, guarda-sol e até serviços dentários de um dentista da capital pernambucana, que abria em Caicó um consultório.

Sempre noticiando o cotidiano da cidade de Caicó, o *Jornal das Moças*, registra na edição de 15 de agosto de 1926 a visita do futuro presidente Washington Luiz às dependências do Colégio Santa Teresinha. Naquela ocasião, o *Jornal das Moças*, edição de 07 de agosto de 1926, publicou, na primeira página, um artigo intitulado Programa Eloquente. Esse evento foi um acontecimento de grande envergadura para a cidade:

Ainda sentimos nós caicoenses a impressão agradável da presença do Dr. Washington Luiz em nossa terra. As poucas horas da permanência de S. Excia. entre nós foram bastante para deixar nítida e impagável na alma caicoense as lembranças do primeiro Presidente da República eleito e reconhecido que pisou o solo Seridoense (DR. WASHINGTON LUIS, 1926, p.01).



Contudo, a história da cidade não foi somente escrita pelos homens. As mulheres também ocuparam o cenário local, através das práticas educativas, literárias e jornalísticas na vida cotidiana de Caicó. Escritoras, professoras, poetisas e literatas utilizaram os informativos femininos nos primeiros anos do século XX, como forma de tornar públicas suas ideias e opiniões, fazendo da imprensa extensão das suas atividades pedagógicas.

Conclusão (es)

Através da presente pesquisa foi possível configurar o espaço do meu objeto, o *Jornal das Moças*, no qual as professoras Júlia Medeiros, Dolores Diniz e Georgina Pires estavam inseridas, analisando suas práticas culturais, o paradigma da modernidade e os anúncios publicitários destacando os elos de interdependências que moviam a sociedade caicoense.

As professoras e jornalistas foram exemplos de luta das mulheres na vida social e cultural da cidade. Essas mulheres fizeram o jornal acontecer, numa época em que a configuração social de sua comunidade reservava à mulher, apenas o domínio do espaço privado.

Os jornais femininos, apesar de surgidos sob o signo da literatura, eram veículos propagadores das inquietações femininas na busca de conquistas sociais. Em suas páginas eram estampadas, taticamente e de modo sutil, as contestações e críticas à sociedade vigente e objetivava cada vez mais, incentivar as mulheres para elas não desanimarem na busca do seu crescimento social e intelectual.

A escrita como instrumento social para tornar pública suas ideias e aspirações, seus desejos e suas tensões, no contexto social da comunidade em que as mulheres faziam parte, era um dos elementos da engrenagem da luta das mulheres do final século XIX e início do século XX.

Os resultados da pesquisa balizam para constatar que o *Jornal das Moças* foi um veículo inovador, tornando-se um dos instrumentos dos quais as mulheres puderam extrapolar as barreiras do seu espaço, atuando na imprensa, território predominantemente masculino. Inferindo no cotidiano, através dos seus textos jornalísticos e dos movimentos culturais, educacionais e comportamentais. Desse modo, essas mulheres teceram suas conquistas, ocupando posições de destaque no campo da educação e da comunicação.



Referencias Bibliográficas

A LOJA AVENIDA, **Jornal das Moças**. Caicó. [S/I]. 23 de maio de 1926.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto (Org.). **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CONCURSO DE BELEZA E GENTILEZA. **Jornal das Moças**, Caicó. [S/I]. 31 Jul. 1926.

DANTE. **Uma ideia a realizar**. **Jornal das Moças**. Caicó. [S/I]. 07 de mar. 1926.

DENTISTA, **Jornal das Moças**, Caicó.[S/I]. 23 mai. 1926.

DENTE FÁCIL. **Jornal das Moças**. Caicó. [S/I]. 23 de mai. 1926.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. Rio de Janeiro: Arternova, 1974.

DR. WASHINGTON LUIS, **Jornal das Moças**, Caicó, 15 ago. 1926.

CINEMA AVENIDA. **Jornal das Moças**. Caicó, 07 mar. 1926.

DISCURSO. **Jornal das Moças**, Caicó. 15 ago. 1926.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MEDEIROS, Ana Luiza. **A perspectiva da educação higienista no Jornal das Moças (1926)**. Dissertação. (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2012.

MONTEIRO, Pe. Eymard L'Eraistre. **Caicó: subsídios para a história completa do município**. 2. ed. Natal: Nordeste gráfica/ Sebo vermelho, 1999.



MORAIS, Maria Arisnete Câmara de; ROCHA NETO, Manoel Pereira. **Jornal das Moças (1926-1932):** presença de mulheres na imprensa norte-rio-grandense. 2010. Disponível em: <http://portal.unp.br/arquivos/pdf/institucional/edunp/quipus_a1n1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2013.

RIBEIRO, Caroline Lasneaux. **Publicações femininas:** uma análise da representação das mulheres no Jornal das Moças (1926) e na revista Marie Claire (2005). Monografia (Graduação em Jornalismo). Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

ROCHA NETO, Manoel Pereira da. **Jornal das Moças (1926-1932):** educadoras em manchete. 2002. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2002.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda:** teoria, técnica e prática. São Paulo: Pioneira, 2002.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação, o planejamento gráfico na comunicação impressa.** São Paulo: Summus, 1985.

TRINDADE, Iracema. O baile da festa. In: **Rastros caicoenses.** Mossoró: Gráfica Tércio Rosado/ESAM, (Coleção Mossoroense), 1983.