

Nas páginas da Revista Feminina: a imprensa como espaço de visibilidade e atuação feminina (1920-1930).

Virgínia M. N. Mancilha.¹

Desde o início do século XIX já podia ser visto no Brasil, uma série de esforços por parte da ainda nascente imprensa feminina, a fim de se lançar como um “locus de ampliação democrática”. Para além do recolhimento ao âmbito privado do lar, essas publicações, destinadas a uma pequena parcela de mulheres já alfabetizadas, defendiam o desenvolvimento das potencialidades femininas dentro e fora de casa, que lhes possibilitaria o domínio de conhecimentos necessários para uma participação nas questões sociais, políticas e educacionais.

No ano de 1852 fora publicado no Rio de Janeiro, aquele considerado por muitos autores² como o primeiro jornal feminino dedicado à luta por direitos femininos; o *Jornal das Senhoras*, editado pela argentina Joana Paula Manso de Noronha. Em seu conteúdo, essas primeiras ativistas brasileiras buscavam persuadir a sociedade brasileira da necessidade de se elevar à condição feminina. Portanto, para tal tarefa, seria imprescindível conquistar a sua emancipação moral através do gozo dos seus direitos civis e políticos.

Com o subtema *Modas, Literatura, Bellas-Artes, Theatros e Crítica* esse periódico assumiu o lugar de primeira publicação dirigida inteiramente para o público feminino. Essa atitude veio romper com a imprensa tradicional - que dedicava ao público feminino tão somente temas como bordados, cosméticos e costuras - e criar um canal para as reivindicações das mulheres e, sobretudo, um motor impulsionador de instrução, de educação, de mudança de atitudes e idéias, essas incorporadas ao longo do tempo por outras mulheres que se tornaram importantes colaboradoras por todo o país.

¹ Mestranda em História Social do Trabalho pelo Programa de Pós-graduação do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas- IFCH, UNICAMP. Projeto de pesquisa, *Nos caminhos da emancipação: trabalho, voto e instrução nas páginas da Revista Feminina (1920-1930)*, financiado pela FAPESP e orientado pelo Dr. Jefferson Cano.

² Autores como June Hahner na sua obra *Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850-1940*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003 e Dulcília Buitoni no seu livro *Mulheres de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. Edições Loyola, São Paulo, 1981, afirmam tal observação.

Por mais frágil que tenha sido o primeiro esforço demonstrado por essas colaboradoras, pode-se verificar que elas deram um grande passo encarando a hostilidade masculina e tornaram-se muito mais conscientes dos problemas a serem enfrentados. Enquanto os outros jornais, que não duravam mais do que algumas semanas, enfatizavam a moda, o entretenimento e as notícias sobre os bailes e espetáculos; *O Jornal das Senhoras* procurava questionar a ordem social estabelecida e ajudar as mulheres a saírem do restrito círculo familiar.

Com o crescimento do ritmo de desenvolvimento das cidades no início do século XX, a circulação da imprensa periódica, principalmente em São Paulo, assumia uma dimensão mais diversificada, chegando a quintuplicar o número dos jornais diários e quinzenais existentes no período. O ambiente do jornalismo experimentava um verdadeiro crescimento, num clima de bastante otimismo. Articulando-se às novas linguagens, essa imprensa periódica buscava transpor os limites - até então estabelecidos por uma reduzida elite ligada aos círculos de poder - e alcançar a incorporação, por meio de novas temáticas e linguagens, de novos personagens sociais.

A condição de única publicação de grande porte dirigida exclusivamente ao público feminino despertou um enorme interesse acadêmico no início dos anos 90, iniciado por duas importantes obras, a dissertação de Sonia de Amorim Mascaro intitulada, *Revista Feminina: imagens de mulher (1914-1930)* do ano de 1989 e a tese, *Espelho de Mulher: Revista Feminina (1916-1925)* de Sandra Lopes Lima, 1991. No confronto entre os trabalhos em questão, nota-se uma grande simpatia entre ambas as autoras pela história da criação do periódico, visto que as duas recorreram aos depoimentos e entrevistas realizadas com os familiares das fundadoras da revista. Além disso, pode-se constatar que através de um olhar cuidadoso ao conteúdo dos artigos e seções publicadas na *RF*, ambas mantiveram-se bastante atentas para os princípios morais e conservadores divulgados pela publicação e resumiram o conteúdo da *RF* ao “mundo fechado pelos muros do lar, dos padrões de comportamento e dos valores ideais”.³

A abordagem de temas como a participação literária, social e política das mulheres, permaneceram às margens dessas primeiras discussões sobre a *RF*. Outros

³ LIMA, Sandra Lúcia Lopes. *Imprensa Feminina, Revista Feminina. A imprensa feminina no Brasil. In: Projeto História. São Paulo, n 35, dez 2007, p.234.*

pesquisadores, em virtude das lacunas deixadas, buscaram avançar com os estudos já iniciados com essa documentação e propuseram-se a discutir os assuntos que anteriormente não eram tidos com grande importância.

Inserida nesse conturbado período de transformações advindas da necessidade de modernizar a sociedade paulistana, bem como a mulher inserida nessa sociedade, defendendo que *RF*, optou diante desse contexto de mudanças, por contemplar cada vez mais mulheres da classe média e alta, abrindo novos espaços para essa voz se manifestar e reivindicar direitos comparáveis aos de seus maridos e irmãos, sobretudo quanto ao acesso à educação superior, aos cargos profissionais e ao voto.

A Revista e a Empresa Feminina.

A *RF* foi publicada originalmente com o nome de *A Luta Moderna* e impressa no formato de um pequeno jornal de apenas quatro páginas e de periodicidade mensal. Destinada ao público feminino brasileiro, a revista propunha-se a testemunhar, contribuir e informar as mulheres com intuito de ampará-las na trajetória de sua emancipação no espaço público urbano. Porta-voz das causas femininas, num momento em que o movimento feminista já se fazia ouvir em algumas partes do mundo, a *RF* se destacava em virtude de suas manifestações reivindicatórias, que, apesar de manterem um tom moderado, alertavam a necessidade de direitos civis e políticos para a mulher brasileira de todas as classes.

Fortemente inclinada para as mulheres de classe média e/ou alta, a *RF* tinha como sua maior preocupação as leitoras, não só como assinantes, mas também como público consumidor e promotor de uma crescente economia de consumo, na qual, através do desenvolvimento de uma nova consciência feminina proposta pela revista, era possível a sua introdução no mercado. Com um preço um pouco mais elevado que as outras revistas de conteúdo destinado às mulheres, o valor de sua assinatura anual oscilava em função do acabamento gráfico da publicação, da retaguarda de anunciantes e do custo do material.

Sua criadora, Virgilina de Souza Salles, filha de Antônia Barbosa de Souza e Cláudio Justiniano de Souza, membros da elite tradicional de São Paulo, começou a sua carreira na imprensa em 1914 com o seu pequeno folheto quinzenal, Em janeiro de

1915, o periódico muda seu nome para *Revista Feminina* e apresenta-se como uma publicação mensal destinada às mulheres de classe média e alta. No final do ano de 1916, a revista já possuía um porte respeitável; quase cem páginas de texto, cerca de duzentas ilustrações e uma tiragem de 15 a 20.000 exemplares.

Todo esse crescimento seria o resultado do trabalho de uma empresa familiar, a *Empreza Feminina Brasileira*. Localizada nas vizinhanças da Praça Antônio Prado, mais especificamente, no Palacete Briccola, a sede da *RF* era vizinha de importantes publicações do período, como o *Correio Paulistano* e *A Notícia*. Dirigida por Virgilina, essa empresa contava com a ajuda e as influências de seu irmão, o escritor, teatrólogo e membro da Academia Brasileira de Letras, Cláudio de Souza.

De fato, Cláudio de Souza, teria patrocinado a iniciativa da irmã de reunir mais de 60.000 endereços organizados por todo território brasileiro e ter enviado, gratuitamente, mais de 30.000 exemplares, procurando angariar assinaturas a fim de promover a circulação da revista. Inicialmente, tal estratégia com as assinaturas rendeu pouco mais de mil assinantes, número esse que não foi suficiente para cobrir os custos com a publicação. Dessa forma, uma nova estratégia mostrava-se necessária para garantir a continuidade e a ampliação do quadro de assinantes. Virgilina, portanto, nomeou em cada estado brasileiro, uma “embaixatriz”, uma mulher de destaque da sua elite local, que se tornaria responsável pelo recebimento, distribuição e divulgação da *RF* para as leitoras de sua região⁴. O prestígio conferido a estas senhoras era tamanho, que durante muitos exemplares, a foto de uma delas era publicada, juntamente com os agradecimentos pelos seus esforços. Para termos ideia da extensão da sua rede de distribuição e alcance, pude encontrar durante a pesquisa, uma extensa lista de sucursais e agências filiadas à *RF*. Em Recife, a cargo do Sr. João Uchoa, ficava a representação da revista, com jurisdição nos estados de Pernambuco, Alagoas e Paraíba. Já no Rio Grande do Norte a sucursal estava sob a direção de José Gomes e no Rio Grande do Sul o responsável era o Sr. Fernandes da Cunha Júnior.

Ao mesmo tempo em que *RF* oferecia prestígio e prêmios às assinantes – cada senhora que conseguisse arranjar a quantia de dez novas assinantes, ganhava a sua assinatura grátis – ela também seduzia as leitoras esporádicas com as coleções encadernadas de cada ano, pois acreditavam que ao manipularem os volumes editados,

⁴ Seção temporária em homenagem às embaixatrizes da *RF*.

essas mulheres não resistiriam e tornar-se-iam novas assinantes. A estratégia de vender seus fascículos em forma de coleção foi uma atitude bastante conveniente, uma vez que se incluía como próprio texto literário que valia a pena ser adquirido. Além disso, preservava-se o vínculo das leitoras com os fascículos já lidos, recuperavam-se os perdidos, enquanto se aguardava aqueles que viriam a público.

A *Empresa Feminina* se fortalecia promovendo uma série de exposições permanentes, em que reuniam os trabalhos manuais produzidos pelas leitoras de todo Brasil que os enviavam para serem vendidos e também, expunham diversas coletâneas de contos infantis, assim como, exemplares anuais encadernados da *RF*. Podemos concluir, portanto, que a *RF* fez parte de um projeto editorial que acompanhou as tendências modernizantes do século XX. Muito embora nos diversos anúncios publicados sobre as coleções e os produtos comercializados pela *RF* as editoras fizessem questão de enfatizar que nada lucravam com a venda desses, nota-se a existência de uma eficiente aliança do ideal pedagógico de instruir para emancipar a mulher brasileira, com as necessidades de funcionamento da empresa capitalista.

Com a morte de Virgínia Salles em maio de 1918, a direção da empresa passou para as mãos de seu esposo, o industrial João Salles e de suas filhas; Avelina Salles Haynes (nascida Avelina Souza Salles) e Marina Souza Salles que se integraram ao corpo editorial da *RF*, exercendo as mais diversas funções. Cláudio de Souza, por sua vez, permaneceu atuando na revista e dessa vez, optou por assumir uma interessante posição de destaque na elaboração e na redação dos editoriais.

Os editoriais e a colaboração de Anna Rita Malheiros

Lembro-me ainda da primeira vez em que ela [Virgínia Salles] me falou de seu sonho, de seu grande sonho. Estávamos em Caxambú, sentadas no canto do salão de jogos do Palace Hotel...conversamos, falamos da imprensa feminina na Europa e América do Norte e foi quando ela me confiou seu plano, seu programa, seu sonho...Prometi-lhe desde então minha colaboração que pouco vale, e nestes 5 anos passados esforcei-me por acompanhá-la na sua nobre, imensa e abnegada missão.⁵

⁵ *Revista Feminina*, julho de 1918.

Esse pequeno trecho narra a ocasião em que Ana Rita Malheiros, supostamente, teria conhecido Virgilina Salles. A partir desse encontro, essa escritora “nascida em São Paulo, em 1886, e hoje, pois com 34 anos”⁶ assumia até junho de 1922, a responsabilidade de redigir as crônicas, que por meio de um tom claramente incisivo, funcionavam como um editorial e também, como principal instrumento de crítica, defesa, reivindicação, protesto ou enaltecimento do assunto em foco no mês.

Acompanhado as crônicas de Ana Rita Malheiros até a data em que ela encerrou sua colaboração na *RF*, é possível destacarmos a grande contribuição da autora no que concerne a divulgação das campanhas feministas já iniciadas pela publicação. Ana Rita Malheiros se tornou a principal porta-voz da *RF*, aquela que criticava, advertia e reivindicava os direitos das mulheres no início do século XX. Seus editoriais faziam tanto sucesso que ao final de cada uma deles, a escritora solicitava às outras revistas, que no caso de transcrições do seu material, mantivessem bem claro a sua autoria e a importância da revista em que fora retirada. Seu estilo literário era consagrado por figuras respeitáveis na época – como, por exemplo, Coelho Netto de quem recebeu inúmeros elogios – e também, era motivo de grande orgulho da revista e um testemunho “real” da capacidade intelectual feminina.

O envolvimento na campanha sufragista representou o aspecto político mais marcante de toda atuação de Ana Rita Malheiros. Em nenhum outro momento a autora se propôs a adentrar tão convictamente o universo masculino, na defesa daquele que acreditava ser o direito mais propagado pela *RF* e por todas as mulheres: o de votar e ser votada.

Além dessa campanha, Malheiros também se pronunciou diante de outras questões bastante debatidas na *RF*. A autora mostrava-se contrária à influência devastadora do cinema americano; indispunha-se com as modas modernas e por fim, apoiava a campanha de educação feminina, que consistia num forte apelo divulgado por meio da *RF*, a fim de valorizar e incentivar o ensino feminino para que essa se tornasse apta a receber e exercer os seus direitos.

No entanto, tal mulher que seria o símbolo de destaque da revista, o ideal feminino a ser seguido, na verdade era somente um pseudônimo, sob o qual se escondia a figura de Cláudio de Souza. Não se tratava mais de uma porta-voz das mulheres, mas

⁶ *Revista Feminina*, maio 1920.

sim de um homem falando pelas mulheres, a partir de uma ótica fundamentada na ideologia de gênero que ele, homem, oriundo da classe média alta do início do século XX, sustentava.

A figura de Cláudio de Souza, como Ana Rita Malheiros, nos mostra que a *RF* não era uma realização de exclusividade masculina. Com sua projeção literária, Cláudio de Souza angariou a colaboração de importantes figuras como Olavo Bilac, Menotti Del Picchia, Afonso Arinos, Amadeu Amaral dentre tantos outros; e sua indústria de produtos de beleza, além de sustentar a revista nos seus primeiros anos, nunca deixou de estar presente nos espaços de publicidade da *RF*.

Publicidade e propagandas na Revista Feminina.

Desde os primeiros números publicados, as propagandas dos produtos da *Empresa Feminina* já estavam inseridas ao longo das páginas da *RF*. No formato de pequenos artigos, apresentava-se um problema, considerado típico da mulher, cuja solução somente seria alcançada por meio dos produtos anunciados.

Apesar de muitas revistas já terem aplicado esse tipo de anúncio opinativo/instrutivo, a *RF* empregava esse ramo propagandístico utilizando-se de inovadores recursos gráficos - como fotografias, paisagens e desenhos variados - a fim de atrair, ainda mais, a atenção de suas leitoras. Com um tom confiante, torna-se evidente que as redatoras faziam questão de assegurar a qualidade do benefício pretendido, demonstrando uma preocupação com o bem-estar de suas “amigas” leitoras. Intenções e sinceridades à parte, tais estratégias editoriais impulsionaram o aumento de vendas da *RF* e também, dos produtos desenvolvidos por Cláudio de Souza - tintura de cabelo Petalina e o creme facial Dermina - que a ela eram vinculados.⁷

Responsável pelas decisões de gasto da família, a mulher recebia, em grande quantidade, os anúncios de lojas e magazines que pretendiam trazê-la para o seu

⁷ Cf. SOARES, Ana Carolina E.C. “Tinturas Petalina, Creme Dermina e a felicidade ao alcance de uma página: a *Revista Feminina* e seus anúncios publicitários.” In: *Anais do Fazendo Gênero 9- Diásporas, Diversidades, Deslocamentos*. Florianópolis, agosto de 2010.

universo de consumo, uma vez que sair sozinha para as compras não era mais malvisto. Ainda que, a princípio, muitas mulheres saíssem apenas para abastecer e suprir as necessidades do lar, logo essa tarefa se aliaria ao lazer e à individualidade feminina. Caminhando pelas ruas do Triângulo - local onde circulavam não só o comércio elegante da capital paulista, mas também alguns clubes esportivos, teatros, floriculturas e bancos - muitas senhoras e senhoritas “praticavam” seus footings no final da tarde e ainda exibiam as últimas e mais luxuosas novidades da moda adquiridas no Mappin Stores e/ou na Casa Allemã.⁸

A propaganda do Mappin tinha seu papel de destaque na *RF*, já que não se restringia a anunciar somente os preços e as novidades. Com frequência, essa propaganda incentivava as mulheres a saírem de suas casas e conhecerem as novas modas e vitrines da loja. Graças aos seus anúncios, foi aberta, ainda que estreita, uma brecha para que, através do comércio e das transformações da moda, fosse possível uma reformulação do conceito de feminilidade, no qual a mulher-mãe ganhava o novo status de consumidora, e sociável. Por mais que toda publicidade do *Mappin* fosse voltada para os periódicos consumidos pelas classes mais abastadas, a loja, ao promover liquidações e uma linha de produtos mais simples, como os de utilidades domésticas, promovia uma massificação do consumo, pela qual as mais distintas classes sociais tinham a oportunidade (mesmo que pequena) de desfrutar dos produtos daquele estabelecimento.

Além do espaço reservado para as publicidades das casas e lojas de vestuário, a *RF* manteve desde o ano de 1914, um espaço fixo na revista destinado a divulgar novidades no tocante a roupas, acessórios e penteados. Com o nome de *Notas sobre a moda*, iniciou-se a primeira seção específica sobre moda, cujo crescimento se deu rapidamente, chegando ao início do ano de 1915 com cerca de três páginas por edição.⁹ Ainda nesse mesmo ano, a seção passava a se intitular *A moda* e levava a assinatura da cronista Marinette. Por meio de um texto bastante erudito, opinativo e retórico, suas crônicas apresentavam traços de ironias e críticas à vida mundana paulista; tornando-se a primeira e única seção permanente da revista que recebia assinatura.

⁸ Muitos são os trabalhos que enfocaram a questão da instalação e o desenvolvimento de grandes lojas de departamento no Brasil. Como exemplo, podemos citar a obra de Zuleika Alvim & Solange Peirão, *Mappin 70 anos*. São Paulo: Ex Libris, 1985 e o livro de Maria Cláudia Bonadio, *Op.cit.* 2007.

⁹ MASCARO, Sônia. *Op.cit.* p. 82.

Assim como eram inovadores os aspectos gráficos de suas crônicas no início da década de 1920 - paginação mais leve, atraente e com ilustrações acrescentadas de informações - o pronunciamento da cronista também era diferente de tudo aquilo que era dito pelas vozes moralistas, frequentemente ouvidas nas páginas da *RF*. Na medida em que Marinette divulgava as novidades que vinham para facilitar a vida feminina - como os cortes de cabelo e os vestidos, com saias e mangas, mais curtas -, a cronista dialogava também com a classe média em ascensão, pois, ao relatar que os custos com vestuário podiam onerar bem menos os gastos domésticos, ela permitia que as leitoras dessas classes se inserissem no universo da moda, espaço onde anteriormente predominavam as elites daquela época.¹⁰

Por conta da sua abordagem, a seção *A moda* assinada por Marinette se constituiu num importante espaço de dissonância na *RF*. Por não se preocupar se as saias curtas, os decotes e os cabelos *à la garçonne* atentavam à moral católica que dava certo tom à revista, foi possível perceber nas páginas escritas por Marinette a convivência, mesmo que contraditória, de dois discursos que se contrapunham acerca das novas identidades e dos modernos conceitos de feminilidade. O embate, ainda que não declarado, entre os editoriais de Ana Rita Malheiros, nos quais os ataques às modas eram feitos, frequentemente em tom de alerta ou conselho, e as crônicas de Marinette, nas quais o intuito pelo despertar da simplicidade e praticidade feminina podiam ser encontrados, nos alerta para essa especificidade da *RF*: a coexistência de discursos distintos, que buscavam, cada qual, a sua reformulação dentro desse contexto de modernização das questões de gênero.¹¹

As novas modas consumidas pelas mulheres das classes médias e altas, no contexto de urbanização do início do século XX, produziram um novo padrão de feminilidade, em que esse público feminino, leitor da *RF* e forte consumidor do *Mappin*, usufruíam de certa liberdade de consumo, disfarçada na forma de autonomia¹². Esse sentimento de “pseudo-emancipação”¹³ se desenvolvia no público composto pelas leitoras da *RF* e também de outros veículos da imprensa, que, em virtude do seu alto

¹⁰ BONADIO, Maria Cláudia. *Op.cit.* p. 180.

¹¹ BESSE, Susan. *Op.cit.* p.15.

¹² LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo. A vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983, *apud, Ibidem*, p. 195.

¹³ Termo empregado por Maria Cláudia Bonadio. *Ibidem*.

poder de consumo, desfrutavam abertamente do local comércio das cidades; espaços privilegiados para a capacidade/possibilidade de serem vistas e ouvidas.¹⁴

A seção Jardim Fechado.

A seção *Jardim Fechado* nasceu da iniciativa de uma leitora que, ao se corresponder com a *RF*, propôs a criação de uma seção em que essas mulheres pudessem corresponder-se sob pseudônimos¹⁵. Com o propósito de privilegiar a prática da leitura e da escrita de suas assinantes, a *RF* proporcionou, portanto, um espaço determinado para que suas leitoras publicassem seus textos, cartas ou poesias; numa estratégia tomada a fim de que as mulheres não-assinantes se integrassem à revista ganhando, junto com a assinatura, o direito de publicar.

Desde seus primeiros números, foi possível notar na *RF* um material abundante de contos, novelas, romances que atraíam a atenção de muitas leitoras. Nessas páginas, valorizavam-se a contribuição de letradas e no mínimo enquanto projeto, a *RF* propunha desempenhar um importante papel na formação do público brasileiro, uma vez que pela seção *Jardim Fechado* a revista passava a agenciar a autoria feminina e também, a divulgar títulos dos mais diversos autores.

Outra característica bastante interessante dessa seção foi o incentivo ao desenvolvimento do gosto literário entre as leitoras. Nesse espaço, muitas mulheres se correspondiam e muitas delas pediam a indicação de “romances modernos, brasileiros e sadios”, outras lançavam uma enquete para escolher “o mais belo soneto brasileiro” e ainda existiam aquelas que, mensalmente, pediam a indicação literária.

A permanência dessa seção durante muitos anos de publicação da revista, assim como a insistência estampada em sua página para que as leitoras produzissem e publicassem seus textos (no limite máximo de 30 linhas em prosa e 14 linhas em verso), promoveu uma enorme atuação literária feminina, contrariando, portanto, a mentalidade dos anos 1920 e 1930, “a de que as mulheres deveriam, no máximo, ler os livros de rezar e alfabetizar seus filhos.”¹⁶ Além disso, a seção *Jardim Fechado* tinha como

¹⁴ BONADIO, Maria Cláudia. *Op.cit.* p. 199.

¹⁵ *Ibidem.* p. 130.

¹⁶ BONADIO, Maria Cláudia. *Op.cit.* p.223.

objetivo “facilitar-lhes uma correspondência útil e interessante” pelas quais suas leitoras teciam pequenas comunicações entre elas, numa espécie de resposta aos seus questionamentos, sem contar com a intervenção direta das editoras da revista.

Apesar do sucesso que a seção obtinha entre o público feminino, a partir do mês de fevereiro de 1927, a seção *Jardim Fechado*, sem nenhuma nota explicativa, deixou de ser publicada e o espaço reservado às colaborações literárias das leitoras da *RF* passou a diminuir consideravelmente. Mesmo assim, faziam parte da *RF* um grupo seleto de colaboradoras que se mantinham presentes nas páginas dessa publicação e ainda, integrantes de um pequeno grupo de mulheres engajadas e articuladas na luta pelo direito ao voto, ao trabalho e à instrução feminina.

Considerações finais

Podemos constatar que a *RF* se dedicou a refletir sobre o papel da mulher na sociedade dos anos de 1920 e 1930. No entanto, seu pronunciamento não foi unânime, uma vez que, em contraponto aos discursos morais sobre maternidade e honra feminina no casamento, publicados pela revista, estavam os esforços de muitas mulheres letradas, que por meio dessas páginas, mostravam-se engajadas na luta pela emancipação feminina. Dessa forma, a despeito dos trabalhos acadêmicos que ainda hoje insistem em reduzir o papel feminino ao tradicional tripé mãe/esposa/dona-de-casa, pretendo enxergar como a *RF* abriu novos espaços para que as vozes femininas, por muitas vezes dissonantes naquelas páginas, pudessem se manifestar e principalmente, reivindicar.

Fontes e bibliografia

#. *Revista Feminina*, São Paulo-SP.

Material consultado: coleção completa, abril 1915-março 1936, Arquivo Edgar Leurenroth, UNICAMP/ Campinas.

AGUIAR, Neuma. (org) *Gênero e Ciências Humanas: desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997.

ALVES, Branca M. *Ideologia e feminismo: a luta pelo voto no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1980.

BASSANEZI, Carla Beozzo. *Virando as páginas, revendo mulheres: revistas femininas e relações homem-mulher, 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

BASTOS, Lúcia Maria, MOREL, Marco, FERREIRA, Tania Maria Bessone. (Orgs.) *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*. Rio de Janeiro: DP&A, Faperj, 2006.

- BESSE, Susan K. *Modernizando a desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil, 1914- 1940*. São Paulo: Edusp, 1999.
- BONADIO, Maria Claudia. *Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.
- BUITONI, Dulcília. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1986.
- CAUFIELD, Sueann. *Em defesa da honra: moralidade, modernidade e nação no Rio de Janeiro (1918-1937)*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2000.
- CRUZ, Heloísa de Faria. *São Paulo em Papel e Tinta: Periodismo e Vida Urbana - 1890/1915*. São Paulo, EDUC/FAPESP/Imprensa Oficial/Arquivo do Estado, 2000.
- ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. *Vidas de romance: As mulheres e o exercício de ler e escrever no entresséculos, 1890-1930*. Rio de Janeiro: Topbooks Editora, 2005.
- GELLACIC, Gisele Bischoff. *Bonecas da moda: Um estudo sobre o corpo através da moda e da beleza, Revista Feminina, 1915-1936*. São Paulo: PUC-SP, Dissertação de mestrado, 2008.
- HAHNER, June E. *Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850-1940*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.
- HELLER, Bárbara. *Em busca de novos papéis: imagens da mulher leitora no Brasil (1890-1920)*. Campinas: UNICAMP, Tese de doutorado, 1997.
- LIMA, Sandra Lopes. *Espelho da mulher: Revista Feminina (1916-1925)*, São Paulo: USP, Tese de doutorado em História, 1991.
- LUSTOSA, Isabel (org). *Imprensa, história e literatura*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008.
- MALUF, Marina & MOTT, Maria Lucia, “Recônditos do Mundo Feminino”, In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.) *História da Vida Privada no Brasil República: Da Belle Époque à Era do Rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- MARTINS, Ana Luisa. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2001.
- MASCARO, Sonia de. *A Revista Feminina: imagens de mulher (1914-1930)*, São Paulo: USP, Dissertação de mestrado, 1982.
- PADILHA, Marcia. *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20*. São Paulo: Annablume, 2001.
- PENA, Maria Valéria Junho. *Mulheres e trabalhadoras - presença feminina na constituição do sistema fabril*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- PERROT, Michelle. *Os excluídos da História*. São Paulo: Paz e Terra, 1989.
- _____, *Mulheres públicas*. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.
- SCHUPUN, Mônica Raisa. *Lês années folles à São Paulo: hommes et femmes au temps de l'explosion urbaine (1920-1929)*. Paris: L'Harmattan, 1997.

_____. *Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo: Boitempo, 1999.

SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. *Profissão Artista: Pintoras e Escultoras Acadêmicas Brasileiras*. São Paulo: EDUSP: FAPESP, 2008.

SOARES, Ana Carolina Eiras Coelho. *Receitas de felicidade e espectros da infelicidade: o Código Civil de 1916 e as lições de comportamento na Revista Feminina no início do século XX*. Rio de Janeiro: UERJ, Tese de doutorado, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

SOIHET, Rachel. “História, Mulheres, Gênero: contribuições para um debate”. In: AGUIAR, Neuma. (org) *Gênero e Ciências Humanas: desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997.