



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – DCH III  
JORNALISMO EM MULTIMEIOS

**IMAGENS EM PAUTA: A FIGURA FEMININA NAS CAPAS DA REVISTA FON-  
FON!**

JÚLIA CAROLINE ROQUE MENDES

JUAZEIRO/BA

JULHO/2024

JÚLIA CAROLINE ROQUE MENDES

**IMAGENS EM PAUTA: A FIGURA FEMININA NAS CAPAS DA REVISTA FON-  
FON!**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo em  
Multimeios da Universidade do Estado da Bahia  
(UNEB) como requisito parcial para obtenção do  
título de Bacharel em Jornalismo.

JUAZEIRO/BA

JULHO/2024

ATA DE APRECIÇÃO DE PARECER DE TCC

Aos oito dias do mês de julho ano de dois mil 2024  
reuniram-se nas dependências do Departamento de Ciências Humanas, Campus III, da  
Universidade do Estado da Bahia, situado à Avenida Edgard Chastinet, s/n, bairro São  
Geraldo, Juazeiro/BA, a Banca Examinadora composta pelo orientador (a) Paulo  
Comércio da Silva Paiva avaliador(a) Lu-  
ka Jansen Ribeiro e avaliador(a) Raiane Banbo-  
za de Sousa para julgar o trabalho de  
conclusão de curso intitulado Imagens em pauta: a figura feminina  
nos espaços da Revista Fora-Fora  
de autoria do(a) discente Júlia Caroline  
Reque Mendes

Após a apresentação e arguições, a Banca deliberou, segundo os critérios estabelecidos  
no Regimento do TCC e que foram devidamente observados por cada membro da  
Banca, concluindo pela:

A - aprovação integral ():

B - aprovação condicionada, aos seguintes reparos ( ):  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

C - não aprovação ( ):

com a nota final 10 (dez). Para constar foi lavrada a presente ata, que vai  
datada e assinada pelos examinadores.

Orientador (a) [Assinatura]

Avaliador (a) [Assinatura]

Avaliador (a) [Assinatura]

Juazeiro, 08 de Julho 2024

JÚLIA CAROLINE ROQUE MENDES

Mas, por que ensinamos às garotas a aspirar o casamento

E não ensinamos a mesma coisa aos meninos?

(Beyonce, 2013)

## **AGRADECIMENTOS**

Ao longo dos anos do curso, nunca pensei muito em quem agradeceria, quando esse momento chegasse. Com a proximidade dele, ao relembrar minha trajetória acadêmica, percebi que muitos nomes me marcaram e foram essenciais na minha chegada até aqui.

Em um Trabalho de Conclusão de Curso que fala sobre mulheres, não poderia iniciar de maneira diferente se não agradecendo as mulheres da minha vida, as quais devo muito, se não tudo, do que sou hoje.

À maior figura feminina que tenho na minha vida, aquela que me deu a vida, minha mãe, Célia. Mãe, sem você nada disso seria possível. Você é o maior exemplo de mulher que tenho na minha vida, é quem me ama e me cuida independente de qualquer coisa e sempre torna tudo possível por suas filhas. E a minha irmã, Juliene. Ju, Juju, minha melhor amiga e companheira de vida. Você ocupa grande espaço na formação da minha personalidade. Obrigada por me mostrar o mundo fora da bolha, pelos puxões de orelha e por me amar, mesmo nas nossas diferenças. Nós brincamos que eu fui sua primeira filha, mas isso é porque você sempre foi minha parceira e sempre tentou facilitar minha vida nos estudos o máximo possível enquanto morávamos juntas, mesmo que custasse mais cansaço para você. Não teria palavras suficientes para expressar a minha gratidão e espero me tornar a metade da profissional competente que você é.

Não posso deixar de agradecer ao grande homem da minha vida, a quem tenho total admiração, quem me passou 80% do meu gosto musical como a melhor herança que eu poderia receber, ao meu pai, João. Pai, obrigada por sempre me apoiar e investir, incessantemente, na minha educação. Você sempre foi meu fã número 1, sempre acreditou que posso fazer do impossível o possível. O senhor é a minha maior figura de amor, carinho e cuidado, sempre um homem simpático com todos ao seu redor. Sem você nada disso seria possível para a sua poloquinha.

Antes de ingressar na universidade, é comum ouvir dizer que são os amigos que nos fazem permanecer no curso. Por esse motivo, quero agradecer a minha turma 2018.2. Nós, que não fomos os mais amados da Universidade, mas o nosso amor nos bastou e encontramos apoio nesse grupo ao longo dos seis anos de curso. Embora nem todos conseguirem formar juntos, continuamos amigos e esse é um laço que espero levar pra vida inteira. Agradeço especialmente a Otávio, por dividir o peso desse percurso do TCC comigo, por me ajudar a rir em meio a esse percurso que já é tão pesado. Amigo, você é luz.

Agradeço também a Mariana e Jonatas, os carlelers, com quem também pude dividir o peso da jornada de TCC. Amigos, vocês foram alívio! Obrigada.

Quero agradecer especialmente as minhas amigas Laura, Aléxia e Kemilly, minhas parceiras que me proporcionaram uma amizade além dos muros da universidade. Laura de quem não desgrudo desde o primeiro semestre e nem pretendo! Kemilly que de uma carona virou uma presença essencial na minha vida. E Aléxia, minha canceriana nata, que se tornou o riso certo dos meus dias. Não tenho palavras para agradecer o apoio que recebi dessas mulheres, especialmente nessa reta final de curso, então não poderia deixar de eternizar minha gratidão por vocês nesse espaço. Quero preservar essa amizade para sempre.

À Deborah, quem chegou faz pouco tempo na minha vida, mas já se tornou muito. À Moacir, meu primeiro amigo dentro da universidade.

Agradeço também a minha orientadora, Carla Paiva. A professora que me identifiquei de cara, logo na primeira aula lá em 2019. Professora, obrigada por ter aceitado de primeira entrar nesse projeto comigo, não teria outra pessoa para me orientar e me acompanhar nessa jornada. Obrigada pela compreensão, paciência, por todos os conselhos, pelo espaço de escuta, por todas as pontuações pertinentes e por se tornar mais que uma orientadora para seus orientandos.

Acima de tudo, agradeço a Deus, por ser pilar todos os dias.

Obrigada a todos que participaram dessa jornada de alguma maneira, seja diretamente ou indiretamente.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a mim, por me manter forte diante das adversidades, por ser minha própria companhia e por não desistir.

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> – Capa da primeira edição da revista <i>Fon-Fon!</i> , 13 de abril de 1907 .....	14
<b>FIGURA 2</b> – Capa da primeira edição do periódico “ <i>Espelho Diamantino</i> ”, 20 de setembro de 1827.....	31
<b>FIGURA 3</b> – Capa da primeira edição do periódico “ <i>O Jornal das Senhoras</i> ”, 1º de janeiro de 1852.....	34
<b>FIGURA 4</b> – Página de anúncios retirada da edição 32 da “ <i>Revista Feminina</i> ”, em 1917.....	36
<b>FIGURA 5</b> – Capa da edição 138 da “ <i>Revista Feminina</i> ”, em 1925.....	37
<b>FIGURA 6</b> – Capa da edição número 20 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 16 de maio de 1914....	39
<b>FIGURA 7</b> – Coluna “Página do Lar” da revista <i>Fon-Fon!</i> , na edição 01, em 7 de janeiro de 1939.....	48
<b>FIGURA 8</b> – Capa da edição número 05 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 11 de maio de 1907....	52
<b>FIGURA 9</b> – Capa da edição número 17 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 3 de agosto de 1907....	53
<b>FIGURA 10</b> – Capa da edição número 05 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 9 de maio de 1908....	54
<b>FIGURA 11</b> – Capa da edição número 6, especial de carnaval, da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 4 de fevereiro de 1910.....	56
<b>FIGURA 12</b> – Capa da edição número 19 da revista <i>Fon-Fon!</i> , 13 de maio de 1922.....	57
<b>FIGURA 13</b> – Capa da edição número 50 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 16 de dezembro de 1939.....	58
<b>FIGURA 14</b> – Capa da edição número 33 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 15 de agosto de 1942.....	59
<b>FIGURA 15</b> – Capa da edição número 50 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 12 de dezembro de 1942.....	60
<b>FIGURA 16</b> – Uniforme oficial verde-oliva de passeio com jaqueta das enfermeiras da Força Expedicionária Brasileira.....	61
<b>FIGURA 17</b> – Capa da edição número 41 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 10 de outubro de 1942.....	63
<b>Figura 18</b> – Capa da edição número 51 da revista <i>Fon-Fon!</i> , em 19 de dezembro de 1942.....	64

<b>Figura 19</b> – Capa da edição número 45 da <i>revista Fon-Fon!</i> , em 7 de novembro de 1942.....	65
<b>Figura 20</b> – Capa da edição número 48 da <i>revista Fon-Fon!</i> , em 28 de novembro de 1942.....	66
<b>Figura 21</b> – Capa da edição número 42 da <i>revista Fon-Fon!</i> , em 17 de outubro de 1942..	68
<b>Figura 22</b> – Formatura das mulheres voluntárias da LBA.....	69
<b>Figura 23</b> – Capa da edição número 43 da <i>revista Fon-Fon!</i> , em 24 de outubro de 1942..	70
<b>Figura 24</b> – Capa da edição número 34 da <i>revista Fon-Fon!</i> , em 22 de agosto de 1942....	72

## RESUMO

Em 1914, durante as transformações modernizadoras da Belle Époque brasileira, nasce a revista destinada ao público feminino *Fon-Fon!*, que acabou se tornando um veículo popular entre a sociedade burguesa carioca. Durante diferentes marcos históricos, ela assumiu papel como difusora de representações estereotipadas acerca da imagem da mulher. Em 1942, o Brasil ingressa na Segunda Guerra Mundial e, com os homens a caminho de travar suas batalhas, as mulheres acabam ocupando espaços na sociedade que não lhes eram bem vistos. Assim, esta pesquisa buscou analisar as capas da revista *Fon-Fon!* para compreender como esse periódico representa as mulheres em suas capas no ano de 1942, a partir da entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Com natureza qualitativa, esta investigação seguiu à luz das representações sociais, da análise de conteúdo e da análise da imagem, concluindo que as mulheres ali ainda são representadas através de uma perspectiva masculinizada, faltando outros tipos de mulheres, além da mulher branca, jovem e burguesa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Representação Feminina; Revista Fon-Fon!; Estado Novo; Capa; Análise de Conteúdo

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2. BREVE HISTÓRICO DA REPRESENTAÇÃO FEMININA NA IMPRENSA.....</b>	<b>21</b>
2.1 RETRATOS DA MULHER: DESAFIOS E ESTEREÓTIPOS.....	25
<b>3. EXPLORANDO A ESSÊNCIA DAS REVISTAS FEMININAS BRASILEIRAS.....</b>	<b>29</b>
<b>4. BUZINANDO PELO BRASIL: A REVISTA FON-FON! NO ESTADO NOVO .....</b>	<b>39</b>
<b>5. ENTRE IMAGENS E ESTEREÓTIPOS: EXPLORANDO A REPRESENTAÇÃO FEMININA NAS CAPAS DA REVISTA FON-FON!.....</b>	<b>51</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>74</b>
<b>7. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>78</b>



## 1. INTRODUÇÃO

As primeiras revistas desembarcaram no Brasil por volta do século XIX, acompanhando a chegada da corte portuguesa, em 1822. Em 1827, nasce a primeira revista que seria destinada ao público feminino brasileiro, “*O Espelho Diamantino*”. O periódico abordava temáticas dentro da literatura, artes, teatro, política, moda, crônicas e anedotas, todos escritos de forma simples para cativar a atenção das senhoras brasileiras (Abreu e Baptista, 2010). Desde então, novos periódicos foram surgindo, se adaptando às características de sua época de criação.

O início do século XX tem um significado importante para a história do Brasil, marcado por acontecimentos ligados à industrialização e à modernidade. Nesse século, a cidade do Rio de Janeiro se rendeu ao período conhecido como a “*Belle Époque Brasileira*”, um momento de intensas transformações socioculturais.

A “*Belle Époque*” (1827-1914), ou bela época, foi um movimento iniciado na França, após a assinatura do Tratado de Frankfurt<sup>1</sup>, entre Alemanha e França que possibilitou um período de paz entre esses dois países europeus.

Nesse cenário político pode-se fomentar o liberalismo econômico e a interdependência comercial que permitiu avanços em descobertas e trocas tecnológicas. De 1827 até 1914, esses avanços tecnológico e econômico implicaram numa mudança de comportamento individual e na compreensão sócio-política dos cidadãos nas principais cidades europeias (Mêrcher, 2013, p. 1).

Durante a Belle Époque, na França, a figura feminina passou a ocupar um espaço de grande contribuição no mercado como consumidora.

Nobres, atrizes, lésbicas, cortesãs, burguesas, camponesas e operárias compartilhavam, cada vez mais, os acotovelamentos da democratização do espaço público. O liberalismo francês, além de democratizar o espaço e de diminuir as distâncias entre as camadas sociais, também acelerou a diminuição inicial da distância entre os sexos e deu importantes degraus para a consolidação da autonomia feminina que ocorreria no século XX (Mêrcher, 2013, p. 2-3).

No Brasil, a Belle Époque inicia em 1889 com a Proclamação da República, mas se potencializa somente em 1898, com o início do governo de Campos Sales e sua Reforma Federalista<sup>2</sup> (Lima, 2018). No Rio de Janeiro, as mudanças foram mais evidentes, por ser a capital federal brasileira nesse período, sendo realizadas várias reformas para melhorar, embelezar e higienizar a cidade.

<sup>1</sup> O Tratado de Frankfurt foi um acordo entre a França e a Prússia, assinado em 10 de maio de 1871, que marca o fim dos conflitos entre esses dois países e dá início a um período de estabilidade nas políticas externas da França até 1910 (Mêrcher, 2013).

<sup>2</sup> No modelo de federalismo de Campos Sales, “a soberania estaria sediada nos estados e não no Parlamento ou nos indivíduos privados (...) o Congresso deveria espelhar a vontade dos estados, e não a dos eleitores privados ou dos grupos corporativos” (Viscardi, 2016, p. 1182).

O Rio de Janeiro da Belle Époque, a então capital da recém-fundada república brasileira, foi uma das cidades latino-americanas onde a elite dirigente melhor incorporou a urbanização como uma necessidade urgente de uma sociedade que precisava “civilizar-se”. As reformas, que em poucos anos redefiniram funções para as áreas centrais da cidade, criaram condições para um novo ordenamento espacial com o surgimento de novas zonas de elite na parte sul da cidade (Souza, 2008, p. 69-70).

Segundo Bom (2016), como consequência do processo de modernização do Rio de Janeiro, “a moda e os seus símbolos indumentários passaram a atuar de forma incisiva na transformação dos hábitos cariocas, ao lado da imprensa da época, que se profissionalizava cada vez mais, produzindo materiais de circulação periódica, como jornais e revistas” (p. 151). Um dos novos símbolos da modernidade que surge na época são as revistas ilustradas, “uma importante mediação nas maneiras de se portar, nos ‘novos hábitos civilizados’ e, mais precisamente, no consumo de moda” (Bom, 2016, p. 153).

Para traduzir esse momento de mudança de hábitos culturais no qual o país estava vivenciando, em 13 de abril de 1907, na Rua da Assembléia, 62, no Rio de Janeiro, é publicada a primeira edição da revista ilustrada *Fon-Fon!*. Esse periódico, fundado por Mário Pederneiras, Gonzaga Duque e Lima Campos, era semanal e custava 1000 réis, sendo considerada um marco da imprensa brasileira (Nahes, 2007).

Em alusão ao processo modernizador que vinha ocorrendo no país, o nome *Fon-Fon!* deriva-se da onomatopeia produzida pela buzina de um carro, automóvel, que também é apresentado na imagem da revista como uma figura de agilidade (Figura 1), tendo um chofer como guia e também como personagem símbolo do periódico. “Seu nome representava o som da buzina daquilo que havia de mais moderno na capital da República, o automóvel, chegado recentemente ao país” (Franqui e Periotto, 2016, p. 84).

**Figura 1** – Capa da primeira edição da revista Fon-Fon!, 13 de abril de 1907.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024).<sup>3</sup>

Em seu slogan, a revista *Fon-Fon* carrega a frase “semanário alegre, político, crítico e esfuziante”, sendo político e crítico para os homens e alegre e esfuziante para as mulheres (Ferreira, 2016). Ao longo de suas páginas, o periódico apresenta artigos culinários, novidades sobre cinema, moda, arte e críticas políticas, além de conter a presença marcante de fotografias, charges e caricaturas, resultando em um visual mais moderno. Embora se afirme como uma publicação para ambos os gêneros, Maia (2016) pontua algumas das alterações que a revista sofreu ao longo dos anos em sua formatação, aumentando os números de páginas nos exemplares e voltando o foco para conteúdos destinados à parcela das mulheres leitoras.

Na gestão da revista, passaram vários nomes importantes da sociedade carioca, como Sérgio Silva, Mário Pederneiras, Álvaro Moreira, Hermes Fontes, Olegário Mariano, Felipe d’Oliveira, Homero Prates e diversas outras figuras masculinas. Apesar de ter sofrido alterações em seu formato, para atender as mulheres da época, é possível observar que os nomes em destaque são todos masculinos. Ferreira (2016) enfatiza que “a mulher pouco falava em uma revista que era considerada feminina. Tratava-se, em grande parte, de homens dizendo às mulheres como elas deveriam se comportar” (p. 3)

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=1>>. Acesso em: 14 mar. 2024.

Ter meios destinados para mulheres, porém produzidos por homens é um fenômeno comum na época. A novela “*Cravo e a Rosa*” (2000)<sup>4</sup>, por exemplo, que se passa na década de 1920, abordou essa questão. Na trama, está presente o jornalista Serafim (João Vitti), dono da Revista Feminina, que tinha como conteúdo bordados, receitas culinárias e modelos de vestidos. Ao longo dos capítulos dessa novela, o jornalista contribui para um ambiente de dominação masculina ao contratar apenas homens para atuar em seu periódico e a personagem Catarina (Adriana Esteves), ao tentar escrever um artigo para essa revista com ideias feministas, como a divisão de tarefas do lar entre esposa e marido, tem seu texto recusado para publicação (Leite e Silva, 2021).

Em 1937, após um golpe político, Getúlio Vargas retoma a presidência do Brasil dando início ao período que viria a ser conhecido como Estado Novo. Durante essa era, que durou até 1945, Vargas ancorou suas ações nos meios de comunicação, chegando a criar o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). O órgão era responsável por gerenciar toda a publicidade e propaganda dos setores governamentais e da administração pública federal, assim como de todas as suas autarquias (Nahes, 2007).

O DIP censurou diversos veículos brasileiros em busca de moldar a imagem de um país moderno e moralizado. Nesse período, a revista *Fon-Fon!* investiu em temas relacionados à afirmação de papéis ideais para a mulher, assim afirma Dantas (2015). O papel de mãe e dona de casa passa a aparecer em colunas como “Página do lar” e “Conselho às mães”; o papel de mulher apenas como símbolo de beleza e consumidora, com muitos anúncios de produtos de beleza e colunas como a “Fon-Fon feminino”, que mostra roupas para as senhoritas brasileiras.

A revista encarregava-se de oferecer, em primeira mão, as últimas novidades de Paris, o maior centro de elegância do mundo, em matéria de modas femininas e infantis (...) Assim, de maneira leve, irônica, cômica ou lírica das crônicas, a *Fon-Fon!*, fazendo registro da vida mundana carioca, das notas sociais, da euforia da Belle Époque no Rio, contribuiu para documentar esse período tão instigante da história do Brasil (Zanon, 2005, p. 20).

Inspirada nos estudos de Zanon (2005), a escolha do tema desta pesquisa se deu através do trabalho interdisciplinar “A construção do retrato feminino na revista *Fon-Fon!*”, feito para aquisição de nota nos componentes de História do Jornalismo e Teorias da Comunicação, no curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), em 2019. Na atividade foram analisadas brevemente as colunas “Chronica da moda”, “Fon-Fon feminino”, “Culinária de bom gosto”, “Página do lar”, “A arte de ser bela” e “Deixe-me ler sua

<sup>4</sup>Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/o-cravo-e-a-rosa/t/7nhwhbjhgL/?origemId=91698>>.

mão”. Ainda nessa atividade, foram observadas também três imagens extraídas da revista *Fon-Fon!*, empregando os conceitos de Martín-Barbero (1997) e Wolf (2008).

Embora a análise não tenha se aprofundado, o referido trabalho possibilitou refletir sobre o recorte da sociedade pré-modernista, tradicionalista, religiosa e patriarcal do século XX. A revista *Fon-Fon!* foi um grande formador de opinião e parte importante da história da imprensa brasileira. Apesar de ser um veículo antigo e já extinto, a revista apresenta conteúdos que reproduzem pensamentos de cunho preconceituoso contra as mulheres, fazendo-se importante desenvolver estudos sobre suas edições até os dias atuais.

Por meio dos estudos sobre a reprodução de pensamentos masculinos em torno da figura da mulher, é possível compreender as implicações sociais acerca da existência da mulher e a manifestação dos gêneros.

A existência de gêneros é a manifestação de uma desigual distribuição de responsabilidade na produção social da existência. A sociedade estabelece uma distribuição de responsabilidades que são alheias as vontades das pessoas, sendo que os critérios desta distribuição são sexistas, classistas e racistas. Do lugar que é atribuído socialmente a cada um, dependerá a forma como se terá acesso à própria sobrevivência como sexo, classe e raça, sendo que esta relação com a realidade comporta uma visão particular da mesma (Carloto, 2001, p. 202).

A produção de estudos sobre gênero e todas as implicações que envolvem a relação entre o feminino e o masculino auxiliam ainda na reflexão sobre os papéis de homens e mulheres na sociedade. Ainda que o periódico produzisse conteúdo para o público feminino e masculino, o alvo principal era a parcela das mulheres leitoras, assim, tornou-se objeto de estudo sobre as representações das mulheres neste trabalho.

A *Fon-Fon!* circulou durante 51 anos, passando por diversos marcos históricos. Embora exista uma quantidade abundante de estudos sobre a Segunda Guerra Mundial, as pesquisas que relacionam o conflito com o papel da mulher são escassas, se tornando ainda mais raras quando ligadas à reprodução de conteúdo na revista *Fon-Fon!*.

Durante um contexto de tensões, em agosto de 1942, o Brasil declara guerra à Alemanha, em resposta ao ataque a seus navios mercantes. Após a entrada do país no grande conflito, a revista *Fon-Fon!* passou a produzir conteúdo de cunho patriota e guerreiro, alterando mais uma vez o foco dos textos publicados (Dantas, 2015).

Nesse cenário de reformulação de conteúdo, durante o segundo grande conflito global, esta pesquisa irá analisar como se deu a representação das mulheres na revista *Fon-Fon!* em 1942, ano em que o Brasil ingressou na Segunda Guerra Mundial. Para isso, serão analisadas 15 edições a partir de agosto de 1942, disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira, examinando as capas das revistas que contenham apenas mulheres e identificando como as

mulheres são representadas nessas capas. Além disso, também será estudado a posição social que as mulheres ocupavam no país durante o ano de 1942, período conhecido como Estado Novo.

Produzir estudos que relacionem ambos assuntos é fundamental para entender a posição da mulher na década de 1940. Analisar como essas visões estereotipadas femininas se construíram no passado é entender como elas se comportam no presente. Na Universidade do Estado da Bahia (UNEB), especialmente no curso de Jornalismo em Múltiplos Meios, a produção de pesquisas sobre a revista *Fon-Fon!* e sobre a Segunda Guerra Mundial é inexistente. Além disso, destacar as discussões de gênero no jornalismo, contribui para o enfraquecimento do estereótipo da “mulher do lar”, reforçado na revista.

No estudo, foram utilizados métodos classificados como qualitativos. Bauer *et al.* (2008) aponta que “a pesquisa qualitativa evita números, lida com interpretações das realidades sociais” (p. 23). Por isso sua escolha para esta monografia que lida com a subjetividade das representações contidas nas revistas e interpreta dados para compreender qual as representações femininas presentes nas capas da revista *Fon-Fon!*.

Segundo a pesquisa qualitativa, “um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada” (Godoy, 1995, p. 21). Nesse tipo de investigação, “vários tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a dinâmica do fenômeno” (Godoy, 1995, p. 21). Um estudo qualitativo pode ser conduzido através de diferentes métodos, entre eles a análise de conteúdo.

De acordo com Fonseca Júnior (2009), “a análise de conteúdo, em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (p. 280). Na análise de conteúdo, “o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula, para inferir [...] conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação” (Fonseca Júnior, 2009, p. 284).

A análise de conteúdo se organiza em três fases cronológicas: a pré-análise, exploração do material e tratamento de resultados obtidos (Fonseca Júnior, 2009). Baseando-se nas fases da análise de conteúdo, este estudo foi iniciado na pré-análise. Essa etapa “consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise” (Fonseca Júnior, 2009, p. 290). Assim, na primeira etapa, foi realizada a leitura flutuante do material, folheando as revistas e definindo o que exatamente na revista *Fon-Fon!* serviria como objeto principal de estudo.

Na fase de exploração do material, na qual ocorre a “análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas” (Fonseca Júnior, 2009, p. 290), foram empregadas as principais regras da análise de conteúdo, segundo Bardin (1988) e Barros e Targino (2000), para a construção do corpus: a regra da exaustividade, regra da representatividade, regra da homogeneidade e regra da pertinência.

Atendendo a regra da exaustividade, na qual “todos os documentos relativos ao assunto pesquisado, no período escolhido, devem ser considerados, sem deixar de fora nenhum deles por qualquer razão” (Fonseca Júnior, 2009, p. 290), foram avaliadas as edições da revista *Fon-Fon!* de agosto de 1942 a dezembro de 1942, período inicial do envolvimento brasileiro na Segunda Guerra Mundial. Assim, foram consideradas 22 edições do periódico.

Na regra da representatividade, na qual é definida a amostragem (Fonseca Júnior, 2009), foram consideradas apenas capas da revista *Fon-Fon!* de agosto de 1942 a dezembro de 1942 que expressam a representação feminina. Sendo assim, a edição 31 e 32 foram excluídas, por não terem suas capas disponíveis para avaliação, restando 20 capas. Para atender a regra da homogeneidade, regra onde “os documentos obtidos devem ser da mesma natureza, do mesmo gênero, ou se reportagem ao mesmo assunto”, foram selecionadas as capas da revista *Fon-Fon!* de agosto de 1942 a dezembro de 1942 que contenham mulheres.

Ao selecionar as capas para atender a regra da homogeneidade, foram desconsideradas as capas das edições 37, 39, 44, 47 e 52 por conterem crianças e ilustrações no lugar da imagem da mulher. Assim, as capas também foram adequadas a regra da pertinência, na qual “os documentos devem ser adequados aos objetivos da pesquisa em todos os aspectos: objeto de estudo, período de análise e procedimentos”. Considerando que o objetivo desta pesquisa é analisar a representação feminina nas capas da revista *Fon-Fon!* durante a participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial, em 1942, todas as demais capas se adequam ao objetivo.

Utilizando essas regras, foram selecionadas 15 capas para compor o corpus da pesquisa, que trazem imagens em que a análise vai observar detalhes que tratam da representação feminina. Analisar as capas, com foco nas imagens, foi essencial para a compreensão de qual a representação feminina estava em destaque no período histórico em questão, no qual os homens foram à guerra e as mulheres passam a ocupar ambientes que antes não eram bem vistos para elas, como as ruas, as fábricas etc.

Após definir o corpus desta pesquisa, realizou-se a categorização, que “consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade” (Fonseca

Júnior, 2009, p. 298). As capas foram distribuídas em categorias expressivas, com base em símbolos e signos que remetem ao tema de cada divisão.

Combinada à análise de conteúdo, a pesquisa também empregou a análise da imagem, através da aplicação dos conceitos apresentados por Alberto Manguel (2001). Por conseguinte, as capas selecionadas foram examinadas para além da imagem que é vista, “imagens cujo significado (ou suposição de significado) varia constantemente, configurando uma linguagem feita de imagens traduzidas em palavras e de palavras traduzidas em imagens, por meio das quais tentamos abarcar nossa própria existência” (Manguel, 2001, p. 21).

Essa compreensão foi relevante para a pesquisa, considerando que a mídia ocupa um lugar fundamental na criação e reprodução das representações sociais. Os meios midiáticos proporcionam a possibilidade de construir e perpetuar pensamentos acerca do mundo coletivo, seja por meio de textos ou imagens ancoradas por jornais e revistas. “A imagem dá origem a uma história, que, por sua vez, dá origem a uma imagem” (Manguel, 2001, p. 24), assim criando uma outra representação.

Imagens que objetivam transmitir representações coletivas, só podem ser criadas a partir de algo antes já experienciado.

[...] Só podemos ver aquilo que, em algum feitio ou forma, nós já vimos antes. Só podemos ver as coisas para as quais já possuímos imagens identificáveis, assim como só podemos ler em uma língua cuja sintaxe, gramática e vocabulário já conhecemos (Manguel, 2001, p. 27).

Aliado a Manguel (2001), para análise das capas também foi empregada a Psicologia das Cores (2013) de Eva Heller. Essa autora aponta que as “cores e sentimentos não se combinam ao acaso, nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, foram ficando profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento” (p. 21). Ainda sobre as cores, Heller (2013) pontua que “o contexto é o critério que irá revelar se uma cor será percebida como agradável e correta ou errada e destituída de bom gosto” (p. 23). Para ela, “a cor é mais do que um fenômeno ótico, mais do que um instrumento técnico”. (p. 24).

Além disso, para a construção do referencial teórico, também foi utilizada a pesquisa bibliográfica. Segundo Gil (2002) a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, construído principalmente de livros e artigos científicos” (p. 44), no qual foram utilizados artigos e livros para reunir informações sobre o contexto histórico, social e político da época. Na plataforma Google Acadêmico, foram submetidas as palavras-chave “representação”, “mulher”, “revista”, “feminina”, “segunda guerra mundial” e “estado novo”,

resultando em mais de 3 mil trabalhos. Já na Biblioteca Nacional, as palavras chaves utilizadas foram “Mulher” e “Fon Fon” resultando em três arquivos, sendo duas capas e uma dissertação.

Da pesquisa no Google Acadêmico foram retirados mais de 20 trabalhos considerados de relevância para a construção da pesquisa. Esses abordam assuntos como a moda em 1940, a construção da imagem da mulher nas revistas da época, o papel da mulher durante a Segunda Guerra Mundial e as características do Estado Novo. Assim, a pesquisa foi dividida em quatro capítulos.

O capítulo um, intitulado “Breve histórico da representação feminina na imprensa” se dedica a conceituar as representações sociais, apresentar suas características e como se constroem. Além disso, o capítulo também aborda os estereótipos e sua influência na construção da imagem feminina. Esse último tópico segue sendo discutido no sub-capítulo “Retratos da mulher: desafios e estereótipos”, no qual é apontado os percalços na história da mulher a partir do século XIX.

Denominado “Explorando a essência das revistas femininas brasileiras”, o capítulo dois conta a história da imprensa feminina no Brasil e como as principais revistas destinadas ao público feminino representam as mulheres. Neste capítulo, os periódicos escolhidos foram “*O Espelho Diamantino*” (1827), “*Mentor das Brasileiras*” (1829), “*O Jornal das Senhoras*” (1852) e um dos periódicos mais relevantes para o público feminino, a “*Revista Feminina*” (1915).

Já o capítulo três, intitulado “Buzinando pelo Brasil: a revista Fon-Fon! no Estado Novo”, inteira uma contextualização do momento histórico-político e social no qual o Brasil estava vivenciando, aborda quais acontecimentos levaram ao ingresso do país na Segunda Guerra Mundial e as reformulações que a revista Fon-Fon! foi sofrendo ao longo desses acontecimentos.

Por último, o capítulo “Entre imagens e estereótipos: explorando a representação feminina nas capas da revista Fon-Fon!” é dedicado a análise de conteúdo das 15 capas escolhidas para compor esta pesquisa, demonstrando de que forma a figura da mulher era representada durante a Segunda Guerra Mundial.

## 2. BREVE HISTÓRICO DA REPRESENTAÇÃO FEMININA NA IMPRENSA

Para compreendermos como a representação feminina é construída, primeiramente é necessário entender o que são as representações sociais. O termo representação surge com Émile Durkheim e Marcel Mauss, na área da Sociologia, que o define “como uma forma de analisar a realidade coletiva, pois expressava os conhecimentos, as crenças e sentimentos do grupo social” (Horochovski, 2004, p. 92). Para Durkheim (1987),

O que as representações coletivas traduzem é a maneira pela qual o grupo se enxerga a si mesmo nas relações com os objetos que o afetam. Ora, o grupo está constituído de maneira diferente do indivíduo, e as coisas que o afetam são de outra natureza. Representações que não exprimem nem os mesmos sujeitos, nem os mesmos objetos, não poderiam defender das mesmas causas (p. 26).

Ainda segundo esse autor, haveria representações individuais e representações coletivas que se manifestam de maneiras opostas. Moscovici (2001) explica o pensamento de Durkheim ao defender que “as representações individuais têm por substrato a consciência de cada um; as representações coletivas, a sociedade em sua totalidade” (p. 47). Assim, as representações coletivas seriam mais homogêneas, vivenciadas da mesma maneira por todos os indivíduos que compõem um grupo.

Com o passar dos anos, “o conceito de representação coletiva passou por muitas metamorfoses que lhe conferiram uma outra forma, uma coloração diferente” (Moscovici, 2001, p. 46). Os estudos sobre as representações foram retomados na área da Psicologia Social, através de Moscovici, e o conceito de representações coletivas alargou espaço para as concepções acerca das representações sociais.

De um lado, era preciso considerar uma certa diversidade de origem, tanto nos indivíduos quanto nos grupos. De outro, era necessário deslocar a ênfase sobre a comunicação que permite aos sentimentos e aos indivíduos convergirem; de modo que algo individual pode tornar-se social ou vice-versa. Reconhecendo-se que as representações são, ao mesmo tempo, construídas e adquiridas, tira-se-lhes esse lado preestabelecido, estático, que as caracterizava na visão clássica. Não são os substratos, mas as interações que contam (Moscovici, 2001, p. 62).

Para Moscovici (1961), “a representação social é uma forma de conhecimento que visa a transformar o que é estranho em familiar, por meio da agregação da novidade a estruturas de conhecimento já existentes e dotadas de certa estabilidade” (apud Camargo e Wachelke, 2007, p. 381). Seguindo essa linha de pensamento, as representações sociais são construídas através das interações sociais, em práticas de comunicação no cotidiano dos indivíduos, para que assim possam lidar com eventos da realidade (Camargo e Wachelke, 2007).

Denise Jodelet (2001) que tem a definição mais aceita entre os pesquisadores, compreende que as representações sociais são manifestações complexas, criadas a partir das

dinâmicas sociais. “[...] É uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (Jodelet, 2001, p. 22). Para decifrar esse fenômeno, deve-se levar em consideração o intelecto do indivíduo, suas ações como ser individual e as formas como acontecem as interações sociais.

Ainda segundo essa autora, as representações sociais se apresentam na relação entre homem e mundo.

[...] Partilhamos esse mundo com os outros, que nos servem de apoio, às vezes de forma convergente, outras pelo conflito, para compreendê-lo, administrá-lo, enfrentá-lo. Eis por que as representações são sociais e tão importantes na vida cotidiana. Elas nos guiam no modo de nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e, eventualmente, posicionar-se frente a eles de forma defensiva (Jodelet, 2001, p. 17).

As representações sociais são explicadas, portanto, como interpretações sistemáticas que regem as relações entre os seres e que guiam as ações e as comunicações sociais. “Elas intervêm em processos variados, tais como a difusão e a assimilação dos conhecimentos, o desenvolvimento individual e coletivo, a definição das identidades pessoais e sociais, a expressão dos grupos e as transformações sociais” (Jodelet, 2001, p. 22).

Jodelet (2001) também aponta que “a representação social é sempre representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito). As características do sujeito e do objeto nela se manifestam” (p. 27). Nesse sentido, a representação social reflete as ações do sujeito e determina as características e as relações dos objetos. Ao compreender esse processo, é possível ter a percepção da formação de grupos, nos quais os integrantes compartilham dos mesmos interesses, à exemplo da formação de partidos políticos e grupos religiosos.

Essa autora ainda afirma que a elaboração das representações sociais acontece através dos processos de objetivação e de ancoragem. O primeiro passa por três fases: construção seletiva, esquematização estruturante e naturalização. “As duas primeiras, sobretudo, manifestam [...] o efeito da comunicação e das pressões, ligadas à pertença social dos sujeitos, sobre a escolha e a organização dos elementos constitutivos da representação” (Jodelet, 2001, p. 38). Assim, o processo de objetivação acontece nas interações sociais, tornando familiar o que antes era desconhecido, traduz conceitos em ideias, transforma o abstrato em algo concreto.

Já a ancoragem “enraíza a representação e seu objeto numa rede de significações que permite situá-los em relação aos valores sociais e dar-lhes coerência” (Jodelet, 2001, p. 38). A ancoragem classifica as informações sobre um objeto, “[...] serve para a instrumentalização do

saber, conferindo-lhe um valor funcional para a interpretação e a gestão do ambiente. Assim, dá continuidade à objetivação” (Jodelet, 2001, p. 39).

Com as interações sociais, o indivíduo sofre a pressão das representações sociais dominantes. Sendo assim, as representações não são fidedignas do consciente do indivíduo, é nesse meio que o indivíduo pensa ou exprime seus sentimentos.

Essas representações diferem de acordo com a sociedade em que nascem e são moldadas. Portanto, cada tipo de mentalidade é distinto e corresponde a um tipo de sociedade, às instituições e às práticas que lhe são próprias” (Moscovici, 2001, p. 49).

Jodelet (2001) destaca três particularidades marcantes em torno da representação social: vitalidade, transversalidade e complexidade.

As representações sociais devem ser estudadas articulando-se elementos afetivos, mentais e sociais e integrando – ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação – a consideração das relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideativa sobre a qual elas têm de intervir (Jodelet, 2001, p. 26).

A vitalidade é apresentada na constante transformação das representações sociais. O conceito de representações sociais foi primeiro elaborado inicialmente por Durkheim, cai em desuso, e logo após o estudo é retomado pela Psicologia Social, com Moscovici. A vitalidade também se encontra “a medida em que autoriza interpretações múltiplas da noção e das discussões que são fonte de avanços teóricos” (Jodelet, 2001, p. 25). Essa característica de vastas possibilidades de interpretações se relaciona com as outras duas características - transversalidade e complexidade.

A transversalidade é percebida uma vez que o conceito de representação social atinge diversos campos de pesquisa e busca o alinhamento de seus pontos de vista.

Esta multiplicidade de relações com disciplinas próximas confere ao tratamento psicossociológico da representação um estatuto transversal que interpela e articula diversos campos de pesquisa, reclamando não uma justaposição, mas uma real coordenação de seus pontos de vista (Jodelet, 2001, p. 25).

Quanto à complexidade, essa autora destaca que essa particularidade se manifesta nos fenômenos que ela busca definir e tratar, pois compreender o aparelho psíquico do indivíduo e o funcionamento do sistema social, grupos e interações, à medida que esses intervêm na construção das representações é algo extremamente complexo (Jodelet, 2001).

A Psicologia Social parte do princípio “de que na origem de todos os nossos vínculos e relações com a realidade objetiva encontra-se a percepção” (Krüger, 2004, p. 26). Sendo assim,

as relações sociais sofrem interferências a partir da compreensão individual dos fatores históricos e socioculturais, que geram representações mentais.

A realidade, seja qual for, só agirá em nós e sobre nós, se vier a ser conhecida. Enquanto dela não dispusermos de alguma representação mental, ela em nada nos influenciará. (...) Este é o caminho psicologicamente percorrido pelos costumes e tradições culturais de dimensão histórica, que se tornam presentes em nós depois de passarem pela porta das percepções (Krüger, 2004, p. 26).

Esse autor ainda pontua que “as representações mentais obtidas através desse processo devem guardar provavelmente alguma diferença em relação aos fatos ou acontecimentos percebidos” (p. 26). Essas representações mentais irão afetar outros processos, podendo se manifestar nas ações sociais.

As representações sociais também podem desencadear reducionismos, acarretando na construção e difusão de estereótipos. De acordo com Baccega (1998), os estereótipos são “os tipos aceitos, os padrões correntes, as versões padronizadas” (p. 8), que influenciam nas percepções do homem em sociedade.

Quando se fala em estereótipo, é preciso ter clara a distinção entre conformidade e conformismo, pois o estereótipo tem uma multiplicidade de faces. Na verdade, o indivíduo acaba por orientar-se através de estereótipos e de normas, conformando-se ao seu grupo, buscando garantir o êxito de suas ações e a aceitação social (Baccega, 1998, p. 8).

De acordo com a Psicologia Social, o estereótipo social pode ser definido como:

(...) Crença coletivamente compartilhada acerca de algum atributo, característica ou traço psicológico, moral ou físico atribuído extensivamente a um agrupamento humano, formado mediante a aplicação de um ou mais critérios, como por exemplo, idade, sexo, inteligência, moralidade, profissão, estado civil, escolaridade, formação política e filiação religiosa (Krüger, 2004, p. 37).

Assim como Baccega (1998), Krüger (2004) pontua que os estereótipos sociais interferem nas ações do indivíduo. “Essa influência ocorre através de variáveis intervenientes, sendo a percepção social a primeira delas, mas que se articula a memória, pensamento, motivação e tomada de decisão” (p. 37). Esse último autor também explica que a construção de estereótipos sociais pode estar atrelada a sentimentos e, nesse caso, se manifestam como preconceitos sociais.

A articulação entre estereótipos sociais, favoráveis ou desfavoráveis, e sentimentos, de aceitação ou rejeição, dos grupos humanos visados, produz, na ocorrência combinada de crenças e sentimentos positivos, atitudes sociais; porém, se estes mesmos, ao contrário, forem negativos, ter-se-á como efeito um preconceito social (Krüger, 2004, p. 37).

Na Psicologia Cognitiva, os estereótipos são vistos como consequência do processo de categorização social, “definido como o processo através do qual são etiquetados e organizados mentalmente os grupos sociais” (Tajfel, 1981 apud Lima e Vala, 2004, p. 42). Traços específicos de um indivíduo, como cor da pele, traços de gênero, seriam o suficiente para automaticamente causar uma estereotipação (Lima e Vala, 2004).

(...) Se os estereótipos servem, sobretudo, para resguardar os recursos cognitivos, eles deveriam ser utilizados ou aplicados de igual maneira na percepção de diferentes grupos sociais (...) A automaticidade dos estereótipos e do preconceito incide, sobretudo, contra membros de categorias minoritárias. Tanto que parece que apenas os negros possuem raça, as mulheres possuem gênero, os grupos culturalmente minoritários possuem etnia (Banks e Eberhardt, 1998; Fisk, 2000 apud Lima e Vala, 2004, p. 50).

É relevante destacar que os meios de comunicação contribuem para reforçar os estereótipos construídos sobre indivíduos e grupos sociais. Nesse contexto, as representações sociais guiam as interações entre grupos, assim, criando representações estereotipadas sobre a figura da mulher.

## **2.1 RETRATOS DA MULHER: DESAFIOS E ESTEREÓTIPOS**

Para Simone de Beauvoir (1967), “ninguém nasce mulher, torna-se mulher” (p. 9). Assim, o “ser mulher” é uma representação construída socialmente, não biologicamente. As representações do que é feminino e do “ser mulher” foram formadas desde o surgimento do homem na terra. Ao longo dos anos, a história sofreu diversas transformações que direcionaram a construção de representações das mulheres. D’Incao (2004) ressalta que durante o século XIX, a sociedade brasileira experienciou diferentes mudanças, como o desenvolvimento de uma rotina que oferecia novas formas de relacionamento entre indivíduos; a ascensão da burguesia e o surgimento de uma nova mentalidade acerca das relações familiares, domésticas, do tempo e das atividades femininas.

Ademais a essas reformas, ainda no século XIX, surge a figura de uma nova mulher na sociedade burguesa, caracterizada pela valorização da intimidade e da maternidade, esposa dedicada ao cuidado da família e do lar, “desobrigada de qualquer trabalho produtivo representavam o ideal de retidão e probidade, um tesouro social imprescindível” (D’Incao, 2004, p. 187).

Ainda no século XIX, as estruturas do Brasil passam por algumas mudanças, com base nas transformações que vinham ocorrendo no mundo ocidental. Nesse contexto de modernizações, é esperado que o papel das mulheres em sociedade também se modifique, porém, os preconceitos da sociedade patriarcal insistem em manter a mulher em uma situação

de ignorância, onde ela é impedida de participar da vida pública por não ter instrução, e não recebe instrução por não participar da vida pública (Telles, 2004).

Assim, as mulheres que quebravam esse padrão de cuidadora do lar sofriam represálias.

Excluídas de uma efetiva participação na sociedade, da possibilidade de ocuparem cargos públicos, de assegurarem dignamente sua própria sobrevivência e até mesmo impedidas do acesso à educação superior, as mulheres no século XIX ficavam trancadas, fechadas dentro de casas ou sobrados, mocambos e senzalas, construídos por pais, maridos, senhores. Além disso, estavam enredadas e construídas pelos enredos da arte e ficção masculina. Tanto na vida quanto na arte, a mulher do século passado aprendia a ser tola, a se adequar a um retrato do qual não era a autora. As representações literárias não são neutras, são encarnações ‘textuais’ da cultura que as gera (Telles, 2004, p. 341).

Telles (2004) conta que ao longo do século XIX, várias mulheres fundaram jornais e se tornaram escritoras e, com o avançar das profissões, a mulher passou a ocupar novos espaços no mercado de trabalho, surgindo o conceito da “Nova Mulher”.

A Nova Mulher pretendia ser sexualmente independente, criticava a insistência da sociedade como única opção de vida. [...] Educada e sexualmente livre, acordou as vozes da conservação, que se ergueram para gritar em alto e bom som que tais ambições só trariam enfermidades, esterilidade e a degeneração da espécie (p. 361).

Proveniente das mudanças ocasionadas no século XIX, no século XX, a sociedade burguesa passou a valorizar a intimidade e a privacidade da família, condenando também comportamentos que já não eram considerados adequados para a nova época, baseando-se nas ideias de civilização advindas da Europa.

[...] A ideia de intimidade se ampliava e a família, em especial a mulher, submetia-se à avaliação e opinião dos “outros”. A mulher de elite passou a marcar presença em cafés, bailes, teatros e certos acontecimentos da vida social. Se agora era mais livre [...] não só o marido ou o pai vigiam seus passos, sua conduta era também submetida aos olhares atentos da sociedade. Essas mulheres tiveram de aprender a comportar-se em público, a conviver de maneira educada (D’Incao, 2004, p. 191).

Nos primeiros anos do século XX, as atividades destinadas às mulheres burguesas eram voltadas para o incentivo de adotar um relacionamento amoroso, perspectivas de matrimônio e construção do projeto familiar.

Cada vez mais é reforçada a ideia de que ser mulher é ser quase integralmente mãe dedicada e atenciosa, um ideal que só pode ser plenamente atingido dentro da esfera da família “burguesa e higienizada”. Os cuidados e a supervisão da mãe passam a ser muito valorizados nessa época, ganha força a ideia de que é muito importante que as próprias mães cuidem da primeira educação dos filhos e não os deixem simplesmente soltos sob influência de amas, negras ou “estranhos”, “moleques” da rua (D’Incao, 2004, p. 191).

Quanto à inserção em campos de trabalho, as mulheres de classes mais baixas e negras não teriam outra saída a não ser o trabalho, ainda em que condições difíceis. Já as mulheres brancas de classes mais altas encontraram dificuldade para se inserir nesse espaço, mesmo que por vontade própria. De fato, segundo Prost (1992), inicialmente no século XX, o ideal era:

[...] uma jovem ficar na casa dos pais sem trabalhar. Se precisar, o melhor é que trabalhe permanecendo na casa dos pais, por exemplo, costurando por encomenda. É somente nas camadas mais baixas da escala social que uma jovem vai trabalhar fora: na fábrica, na oficina ou na casa de um particular, como doméstica (p. 19 apud Fernandez, 2023, p. 139-140).

Em sala de aula, as atividades de professores eram diferentes das professoras. Meninos e meninas aprendiam a ler, escrever, somar, dividir, diminuir e multiplicar, mais o ensino religioso. “Mas logo algumas distinções apareciam: para os meninos, noções de geometria, para as meninas, bordado e costura” (Louro, 2004, p. 372). O ensino para as classes sociais de meninas também era diferente. Enquanto as crianças de grupos privilegiados complementavam o ensino com aulas de piano e francês, meninas das camadas mais populares eram envolvidas no cuidado da casa desde muito cedo. Ambos os ensinamentos tinham a finalidade de torná-las melhores esposas para seus maridos (Louro, 2004).

Entre os trabalhos considerados femininos, ser professora era um deles, por ser considerada uma profissão de menos risco, pois a mulher era representada socialmente como frágil, um ser que precisa ser protegido e controlado, imagem construída pelo discurso religioso, médico e educacional.

Toda e qualquer atividade fora do espaço doméstico poderia representar um risco. Mesmo o trabalho das jovens das camadas populares nas fábricas, no comércio ou nos escritórios era aceito como uma espécie de fatalidade. Ainda que indispensável para a sobrevivência, o trabalho poderia ameaçá-las como mulheres, por isso o trabalho deveria ser exercido de modo a não afastar da vida familiar, dos deveres domésticos, da alegria da maternidade, da pureza do lar. [...] Dizia-se, ainda, que o magistério era próprio para mulheres porque era um trabalho de “um só turno”, o que permitia que elas atendessem suas “obrigações domésticas” no outro período (Louro, 2004, p. 379).

Porém, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 1920 (Tabela 1), a porcentagem de mulheres que trabalhavam era de aproximadamente 1,5 milhões, totalizando 15,4% da força de trabalho no Brasil (Fernandez, 2023).

**Tabela 1** – População total e empregada nos anos de 1920, 1940 e 1950.

Ano	1920		1940		1950	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
<b>População Total</b>	30.635.605		41.236.315		51.944.399	
<b>População por gênero</b>	15.443.818	15.191.787	20.614.088	20.622.227	25.885.001	26.059.398
<b>Porcentagem</b>	50,41%	49,59%	49,99%	50,01%	49,82%	50,18%
<b>Empregados Total</b>	9.607.632		17.765.207		20.093.659	
<b>Empregados por gênero</b>	8.129.504	1.478.128	13.338.127	4.427.080	16.505.769	3.587.890
<b>Porcentagem</b>	84,62%	<b>15,38%</b>	75%	<b>24,92%</b>	82,15%	<b>17,85%</b>

Fonte: Fernandez (2023)<sup>5</sup>.

Além do cuidado com os filhos, a mulher também ocupava uma posição de base moral da sociedade. Seja na posição de esposa, filha ou serviçal, a mulher socialmente desempenhava o papel de zelar pela imagem do homem diante de suas relações, ajudando-o a manter sua posição social. Na família burguesa, a mulher de elite era educada para exercer o papel de guardiã do lar e da família, adotava regras castas nas noites com o marido e cuidava do comportamento dos filhos (Louro, 2004).

Ao estabelecerem relações sociais, diversos fatores passam a interferir na conduta feminina, os quais ensinam as mulheres, desde jovens, modos de se comportar e de se relacionar com as coisas do mundo. É nesse espaço de pedagogização da mulher que meios de comunicação, como as revistas, atuam como guia das condutas e escolhas femininas. “As artes, as ciências, as tecnologias e a mídia de um modo geral (cinema, tv, música, revista...) são consideradas instâncias de produção do corpo porque desenvolvem uma pedagogia voltada para a educação dos corpos [...], preocupam-se em ensinar modo mais ‘adequados de viver a vida’ (Andrade, 2013, p. 120).

<sup>5</sup> Saiba mais no artigo “Avanços e retrocessos da participação feminina no mercado de trabalho brasileiro nas décadas de 1920/40/50: o que mudou entre o pré e o pós Segunda Guerra Mundial?”. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/15694/10471>>.

### 3. EXPLORANDO A ESSÊNCIA DAS REVISTAS FEMININAS BRASILEIRAS

Os meios de comunicação são veículos utilizados para difundir informações. “A imprensa registra, comenta, forma opiniões, distrai; através de suas palavras e imagens reencontramos valores e comportamentos perdidos” (Lima, 2007, p. 222). Por ser um grande formador de opinião e difusor de informações, os meios de comunicação atravessaram vários estágios ao longo do seu desenvolvimento, surgindo, assim, diversos produtos, à exemplo as revistas. Azubel (2013) descreve o papel das revistas destacando que elas

(...) cobrem funções sociais que estão além e aquém do reportar. Podemos caracterizá-las por recrear, trazer análise, reflexão e experiência de leitura. Concomitantemente, são capazes de promover a miséria do pensamento, erigir mitos, sustentar estereótipos e fomentar ideologias. Assim, comportam, em relação de justaposição, tolerância e negociação, o conhecimento e a cegueira, a consciência e a incompreensão (p. 259).

Essa modalidade de veículo, em função da periodicidade, tem maior flexibilidade para elaborar a pauta, verificar informações, explorar perspectivas e, na maioria dos casos, usam linguagem coloquial e de fácil compreensão para que possa atender a um maior número de leitores (Azubel, 2013). Assim, difere-se de outros veículos, como o jornal, que, em sua maioria, tem a linguagem formal e objetiva, sem espaço para a subjetividade.

Portela (2009) aponta a escrita como o principal diferencial da revista para outros tipos de veículos.

O texto é, pois, um dos componentes da revista com características específicas, que faz com que o veículo seja visivelmente distinto dos demais. Porém, não é somente o texto de revista que possui especificidades próprias, há vários atributos, como a segmentação e a periodicidade, dentre outros, que contribuem para confirmar essa distinção entre a revista e os demais veículos de comunicação (p.3).

No século XVII, surge a primeira revista em Hamburgo, na Alemanha, advinda da invenção da imprensa<sup>6</sup> por Johann Gutenberg, em 1450. Já no Brasil, as revistas chegaram juntamente com a corte portuguesa, no início do século XIX. A autorização para impressão em território nacional aconteceu após a instalação da imprensa régia, em 1808. Contudo, a primeira revista brasileira só surgiu em 1812, seguindo os modelos de revistas utilizados no mundo editorial da época (Abreu e Baptista, 2010).

A revista feminina surge como parte do gênero revista, no qual o conteúdo seria destinado às mulheres. “Os assuntos abordados nesses periódicos surgiram com os prováveis interesses das mulheres, como costura, moda, arte e evoluíram para assuntos relacionados à

---

<sup>6</sup> Maquinário de impressão.

beleza e relacionamentos” (Cocheck, 2015, p. 14). As revistas para o público feminino não praticam o jornalismo factual, mas sim apostam em acontecimentos que seus editores consideram de interesse feminino (Cocheck, 2015).

A aprovação para desenvolver revistas femininas no Brasil só aconteceu no início do século XIX (Moraes, 2012). Buitoni (1990 apud Moraes, 2012) aponta que “os costumes brasileiros se espelhavam muito nos portugueses, em que as mulheres quase não saíam de casa, só viviam cozinhando e fazendo rendas e praticamente nunca tinham permissão do pai para estudar” (p. 12).

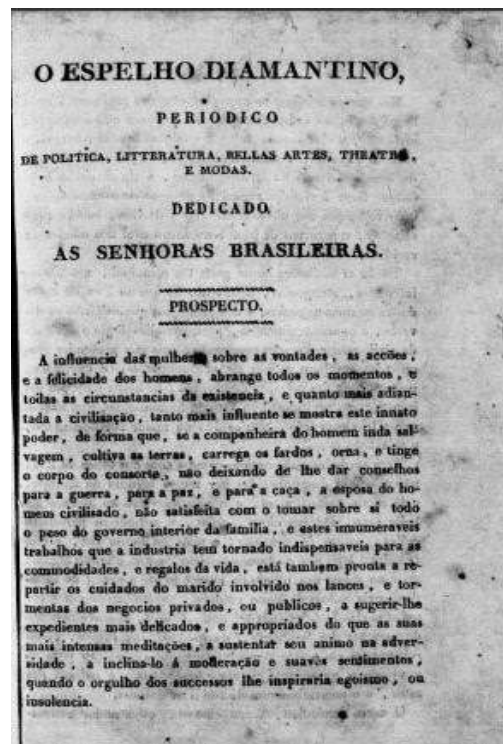
Na obra “*Imprensa feminina e feminista no Brasil*”, Duarte (2016) aponta que “antes que a autoria feminina protagonizasse os próprios periódicos, alguns homens da imprensa, atentos às novidades e às mudanças de costumes, se apressaram em oferecer jornais destinados às leitoras” (p. 20). A revista pioneira no nicho dos periódicos femininos nasceu somente após 15 anos de surgimento da primeira revista no Brasil, em 1827.

A revista “*Espelho Diamantino*”, que durou até abril de 1827, era um híbrido entre o jornal e a revista, e era publicada quinzenalmente. O Espelho, “periódico de política, literatura, belas artes, teatro e moda”, era impresso na tipografia de Pierre Plancher, fundador da revista, uma das mais ativas das tipografias cariocas no Primeiro Reinado (Berçot, 2012).

Na época de lançamento, o Brasil passava por mudanças enquanto país recém independente com todas as transformações políticas que o contexto histórico previa. Nesse contexto, é obvio que o papel social da mulher também se transformava (Bezerra et al., 2014, p. 4).

Em suas páginas, esse periódico buscava debater sobre o papel das mulheres no contexto histórico brasileiro da época. Na capa da primeira edição (Figura 2), o Espelho estampa um prospecto que exaltava “a importância das mulheres ao longo da história, desde os tempos imemoráveis até a época corrente, destacando as qualidades do sexo feminino e fazendo elogios as senhoras e donzelas que, como mães, esposas ou filhas, tomavam parte nos assuntos dos homens” (Berçot, 2012, p. 5) os ajudando e aconselhando.

**Figura 2** – Capa da primeira edição do periódico “Espelho Diamantino”, 20 de setembro de 1827.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira (2024).<sup>7</sup>

O redator dessa revista, que assinava com o pseudônimo de Julio Floro das Palmeiras, acreditava que as mulheres não podiam continuar em um local desprovido de conhecimento.

O novo periódico deveria, então servir de estímulo para a instrução do sexo feminino na Corte, e tomava como modelos a serem imitados as publicações semelhantes que existiam na Europa havia já algum tempo, e que se encarregavam de apresentar ao “belo sexo” as noções primordiais relativas à política, às artes e às ciências, sem deixar de lado as belas letras e os artigos de moda (Berçot, 2012, p. 5).

A ideia do redator de construir uma revista com o que se acredita que seja do gosto feminino, é demonstrada a partir da escolha do nome do periódico, como explica o próprio trecho do prospecto.

Devemos aqui declarar que o titulo de Espelho Diamantino não foi meramente escolhido por fantasia. O espelho he o confidente mais estimado das Senhoras, e poucas há que com ele se não entretenhão hum bom bocado cada dia. além d’isto ninguém se persuada que o nosso Espelho está simplesmente allegorico..... hum objecto composto de preciosíssima matéria, e com muito superior por sua sympathica virtude veio ás mãos de certa pessoa. mas basta; este mysterio a seu tempo desenvolver-se-há. Fique entretanto encuberto o nosso espelho, para não ofender alguns olhos (Espelho Diamantino, 1827, p. 4).

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://bndigital.bn.br/acervo-digital/espelho-diamantino/700312>>. Acesso em: 29 de abr. de 2024.

Com o intuito de cumprir com o objetivo do periódico, a edição de 1º de outubro de 1827<sup>8</sup> apresenta a história de Catharina Herman. A mulher é retratada como heroína e exemplo de valores, após ter salvo a vida de seu esposo. Ela teria se “disfarçado de homem para ingressar no exército e descobrir uma maneira de libertar o esposo do seu cativeiro” (Berçot, 2012, p. 8). A história chegou a virar peça teatral na Europa e em obras literárias do século XIX (Berçot, 2012).

Outra edição, datada de 15 de outubro de 1827<sup>9</sup>, contava a história de Madame Elisabete de França, irmã de Luís XVI, que fez parte das histórias que apareciam na coluna “anais da virtude”. A mulher era exemplo de fidelidade e se recusou a abandonar o irmão durante o furor revolucionário, acabando presa e condenada à morte na guilhotina (Berçot, 2012). É possível notar que “o exemplo de Madame Elisabete era bastante adequado aos propósitos da Restauração, e apresentava um tipo de postura moral e política que o redator do Espelho parecia antever em seu prospecto” (Berçot, 2012, p. 9).

Berçot (2012) ainda aponta que por mais “que pesem os discursos proferidos em favor das mulheres e de seu papel numa sociedade em transformação, o fato é que o jornal jamais chegou a dar voz ao seu público-alvo” (p. 18). Embora a primeira edição do periódico convidasse as leitoras a enviarem contribuições, as cartas publicadas eram sempre escritas por homens, assim como os outros textos, que demonstravam o julgamento masculino a respeito do conteúdo.

Era como se o grau de civilidade feminina que o redator admirava entre os europeus ainda não pudesse ser alcançado em sua plenitude na Corte de D. Pedro I, não obstante as mudanças verificadas nos últimos anos e os esforços dos mais entusiastas (Berçot, 2012, p. 18).

Bezerra et. al (2014) constata que “apesar de representar e reforçar a imagem da mulher como exemplo de virtude, a revista já apresentava textos quebrando paradigmas e veiculando ideias revolucionárias para a época” (p. 6). Ainda que o Espelho Diamantino quebrasse paradigmas com textos revolucionários, “nessa época apenas 10% da população feminina era alfabetizada” (Cocheck, 2015, p. 17), e, dificultando ainda mais os esforços para resgatar as mulheres da posição de ignorância, em 15 de outubro de 1827, foi promulgada a primeira Lei

---

<sup>8</sup> Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/pdf/700312/per700312\\_1827\\_00002.pdf](https://memoria.bn.gov.br/pdf/700312/per700312_1827_00002.pdf)>. Acesso em: 01 de maio de 2024.

<sup>9</sup> Disponível em: <[https://memoria.bn.gov.br/pdf/700312/per700312\\_1827\\_00003.pdf](https://memoria.bn.gov.br/pdf/700312/per700312_1827_00003.pdf)>. Acesso em: 01 de maio de 2024.

de Instrução Pública<sup>10</sup>, na qual limitava o acesso das meninas ao ambiente educacional e ao aprendizado.

As mestras, além do declarado no art 6º, com exclusão das noções de geometria e limitando a instrução da arithmetica só as suas quatro operações, ensinarão também as prendas que servem á economia domestica; e serão nomeadas pelos Presidentes em Conselho, aquellas mulheres, que sendo brasileiras e de reconhecida honestinada, se mostrarem com mais conhecimentos nos exames feitos na fórmula do art. 7º (Art 12º da primeira Lei de Instrução Pública, 1827).

Após o encerramento do Espelho, surge o segundo mais relevante periódico mineiro, o “Mentor das Brasileiras”. A revista de oito páginas era publicada na Vila de São João Del Rei, impresso na tipografia do Astro de Minas, e durou de 1829 a 1832 (Silva, 2008). O Mentor foi mais um dos periódicos do século XIX que se denominavam como revista feminina e tinha como redator um homem, José Alcibíades Carneiro (Silva, 2008).

O público alvo do periódico eram as mulheres de elite. “Estavam excluídas as escravas, as pobres livres e, por extensão, as não brancas: a leitora do Mentor era, idealmente branca” (Silva, 2008, p. 111). A revista ainda reforçava traços físicos para o ideal feminino, que seria uma mulher de pele branca, traços finos e seios pequenos.

O modelo branco europeu nos remete à escravidão no *Mentor*. Assim como os demais periódicos, ele pouco tratou da escravidão negra. Nas abordagens eventuais, foi crítico da escravidão – a ele repugnava “a venda de homens livres, segundo o direito natural” – nos padrões do liberalismo moderado, ou mesmo um pouco além, visto que chegou a elogiar o fim do tráfico. Isso num contexto em que a abolição imediata não esteve nos horizontes sequer dos liberais mais radicais, como Cipriano Barata e os exaltados da Corte, que pregavam o fim gradual e temiam a revolta escrava. O *Mentor* defendia a lenta emancipação dos crioulos – “um dia” e envolvendo uma “catequese” e a prestação de serviços “para pagarem o trabalho de sua educação” (Silva, 2008, p. 112).

No geral, as revistas femininas eram planejadas, escritas e editadas por homens. Inicialmente traziam as novidades da moda na Europa, receitas, notícias curtas, um pouco de humor e muita ilustração.

As revistas femininas existem desde que surgiram revistas no país. Elas começaram a aparecer aqui e ali sem muito alarde, geralmente feitas e escritas por homens. Traziam novidades da moda, importadas da Europa, dicas e conselhos culinários, artigos de interesse geral, ilustrações, pequenas notícias e anedotas. Esse modelo foi repetido, com pequenas diferenças, durante todo o século XIX e a primeira metade do século XX. É o certo que houve, também, nesse período, publicações feitas de mulheres para mulheres, preocupadas com sua condição na sociedade e seus direitos, mas são poucas e a maioria tem vida curta (Scalzo, 2011, p. 33).

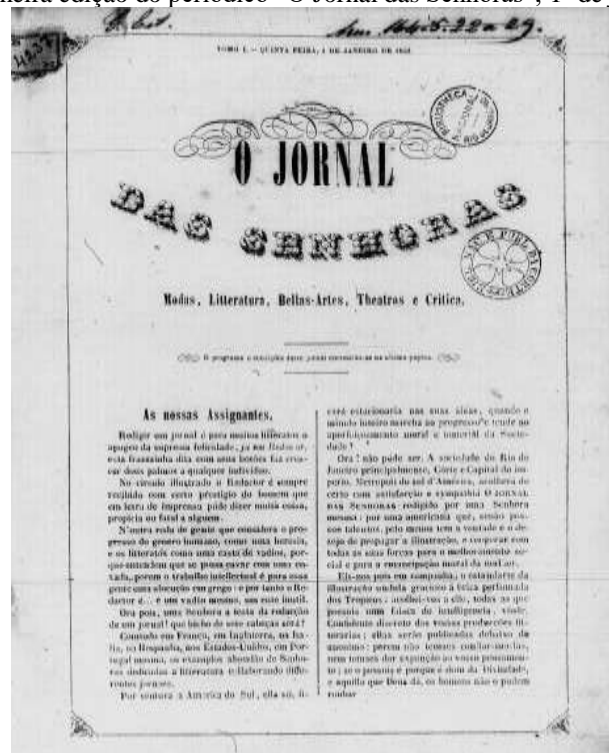
<sup>10</sup> Disponível em: <[https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei\\_sn/1824-1899/lei-38398-15-outubro-1827-566692-publicacaoriginal-90222-pl.html](https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei_sn/1824-1899/lei-38398-15-outubro-1827-566692-publicacaoriginal-90222-pl.html)>. Acesso em: 01 de maio de 2024.

Baseado na escolha de título dos homens que comandavam os primeiros periódicos femininos, Duarte (2016) faz alguns apontamentos:

É interessante observar como os títulos dos primeiros jornais e revistas se relacionam ao campo semântico da educação, revelando a ideologia patriarcal que os dominava. Ao se apresentarem como *Mentor*, *Farol*, *Manual*, *Despertador* ou *Espelho*, eles se colocam acima das mulheres e como guias responsáveis pela mudança de seu *status quo*. Naquela época, jornal e revista, observo, tinham a mesma aparência, distinguindo-se apenas na diversidade de gêneros literários e nas matérias de entretenimento, que costumavam ser maiores nas denominadas revistas (p. 22).

Somente em 1852, no Rio de Janeiro, surge a primeira revista inteiramente produzida por mulheres brasileira, o “Jornal das Senhoras” (Figura 3). Essa publicação foi fundada pela professora argentina Joana Paula de Noronha, que ficou apenas seis meses na direção do periódico, o qual passou a ser editado por Violante Atabalipa Ximenes de Bivar, seguida pela direção de Gervásia Numésia Pires dos Santos Neves (Flores, 2014). Essa revista, que durou apenas três anos, encerrando suas atividades em 1855, preenchia suas páginas com artigos feministas, escritos por mulheres, com o intuito de “transmitir à suas leitoras, o espaço e o papel da mulher em sociedade, inserindo-a no universo público a partir dos assuntos impressos” (Barbosa, 2012, p. 2).

**Figura 3** – Capa da primeira edição do periódico “O Jornal das Senhoras”, 1º de janeiro de 1852.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira (2024).<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/jornal-senhoras/700096>>. Acesso em: 02 de maio de 2024.

Os artigos publicados em “O Jornal das Senhoras” geraram revolta na sociedade da época, assim, as autoras pararam de publicar seus nomes junto dos artigos, passando a adotar pseudônimos.

Apesar do pouco tempo de duração, O Jornal das Senhoras foi significativo para a sociedade carioca, influenciando os costumes daquelas que tinham acesso ao jornal e que se apropriavam de suas informações. Tais publicações traziam características culturais de outros países possibilitando novas experiências através do Atlântico (Barbosa, 2013, p. 3).

Duarte (2016) aponta que a partir de 1870, os órgãos femininos se multiplicam, assim, a presença feminina fica mais forte nas redações das publicações destinadas às mulheres. Com o fim do século XIX e início do século XX, o Brasil buscava a modernidade profetizada pela Europa. Nesse período, a revista impressa era um veículo de relevância. Entre os conteúdos que compõem as publicações que foram surgindo, muitos são contrários às ideias femininas e reforçam os papéis de gênero. Heilborn (1990 apud Osterne e Silveira, 2012) pontua que o termo gênero passou a ser utilizado para designar os atributos culturais reservados a cada um dos sexos e a dimensão biológica dos seres humanos.

Osterne e Silveira (2012) apontam que embora o sexo biologicamente já seja definido no nascimento, a desigualdade nas relações de gênero é intensificada pelo sistema que define os papéis sociais para homens e mulheres.

(...) Os homens são educados para tomar iniciativa, extravasando sua agressividade no cotidiano. À mulher cabem os sentimentos, as emoções, e a sensibilidade, enquanto ao homem compete a razão, a altivez e a superioridade (p. 103).

Mas, foi em 1914, em meio a eclosão da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) que nasceu, uma entre as principais contribuições para a comercialização da imprensa feminina, a Revista Feminina. Em seu primeiro ano de criação, o periódico se chamava “A Luta Moderna” e tinha em sua direção Virgilina de Souza Salles, seu marido, João Salles, e o escritor, dramaturgo e irmão de Virgilina, Cláudio de Souza, figuras de destaque na elite paulista (Azevedo, 2020). Durante o período em que a revista estava sob o título de “A Luta Moderna”, “não passava de um pequeno folheto de conteúdo apolítico, no formato de um jornal quinzenal de quatro páginas e com matérias bastante diversificadas” (Azevedo, 2020, p. 124).

Em janeiro de 1915, esse periódico passa a se chamar “Revista Feminina”, divulgado pela Empresa Feminina Brasileira. A publicação se sobressai pela variedade de temáticas em seus textos, abordados por uma visão mais comercial e por contribuir para a integração da

mulher na sociedade que estava se modernizando. Publicada mensalmente, essa revista representava os interesses das mulheres das classes média e alta.

Porta-voz das causas femininas, ainda que em tom moderado, em um momento em que o movimento feminista já se fazia ouvir em várias partes do mundo, nem por isso a Revista Feminina ficou imune à influência da igreja, contando com a participação de intelectuais católicos no seu quadro de colaboradores (Lopes, 1991 apud Azevedo, 2020, p. 124).

Por atuar por uma percepção mais comercial, a revista investia em muitos anúncios desde os primeiros exemplares. Já entre os anos de 1920 e 1922, uma pesquisa feita por Barros e Soares (2014), chegou ao resultado de que “cerca de 35% das publicidades apresentadas mensalmente nas edições da revista eram direcionadas especificamente à modelagem do corpo, se apresentando como remédio ou cosmético, numa função múltipla de cuidar, tratar e embelezar” (p. 110). Essas autoras ainda pontuam que as publicidades também ligavam a mulher à imagem de cuidadora, com publicidades de remédios para crianças e itens de decoração do lar (Figura 4).

**Figura 4** – Página de anúncios retirada da edição 32 da “Revista Feminina”, em 1917.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira (2024).<sup>12</sup>

Entre seus anos de duração, a “*Revista Feminina*” se concentrou em seções, de título “Menu do Marido”, “Moda”, “Trabalhos femininos”, “Como enfeitar minha casa” e “Jardim

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=212547&pagfis=3>>. Acesso em: 03 de maio de 2024.

fechado”, nessa últimas as leitoras podiam escrever contos, poesias e notas, usando pseudônimos.

Essa participação ativa permitiu que as leitoras compartilhassem suas próprias vozes e perspectivas na revista, tornando-a mais inclusiva e relevante para a comunidade feminina da época. Isso também fortaleceu o senso de comunidade entre as leitoras e aumentou o interesse pela revista, tornando-a verdadeiramente interativa e envolvente (Guedes e Passos, 2024, p. 7).

Guedes e Passos (2024) ressaltam que, atualmente, parece óbvio que a história das mulheres, precisa ser contada por mulheres, porém, no passado, era um privilégio exercido por homens.

Foram eles que decidiram quais aspectos do passado deveriam ser registrados, que tipo de histórias vale/valeria a pena investigar ou quais indivíduos mereciam a atenção dos/as pesquisadores/as. As mulheres tiveram pouca ou nenhuma participação nesse processo. [...] isso vem mudando, não de forma gratuita ou fácil, mas como uma conquista resultante das lutas dos movimentos sociais ao longo do século XX (p. 8)

A “*Revista Feminina*” contribuía com o protagonismo da mulher na própria história, contudo, o periódico custava caro e raramente abria espaço para as questões das trabalhadoras (Guedes e Passos, 2024). Essa publicação trazia muitas dicas de beleza, cuidados com a pele, a busca incansável pela juventude. Além disso, a revista apresentava dicas de corte e costura, bordado, moda, aleitamento materno e demais assuntos voltados para o cuidado do lar. Esse periódico também destacava o cuidado com o marido, ensinando “as jovens noivas a se tornarem boas esposas, sendo que o destino das moças era o casamento, e que um lar feliz depende dessa esposa abnegada, criativa, dócil e compreensiva” (Guedes e Passos, 2024, p. 21).

A questão racial também era pouco abordada pela revista. Mulheres negras são lembradas como serviçais à disponibilidade de mulheres brancas, como mostra a capa da edição 138 (Figura 5).

**Figura 5** – Capa da edição 138 da “Revista Feminina”, em 1925.



Fonte: Guedes e Passos, 2024, p. 23<sup>13</sup>.

Em linhas gerais, portanto, as revistas femininas contribuíram para consolidar e difundir novos conceitos de mulher e beleza. E foi ocupando essa posição de guia das condutas femininas, que a revista se estabelece e conquista mais leitoras. Andrade (2013) afirma que é possível pensar nas revistas como um artefato pedagógico, que ensina técnicas de como lidar com o corpo.

Isso porque os discursos das revistas para mulheres e meninas me parece que se equivalem, de alguma forma, repetindo receitas e dicas para atingirem aquele corpo que é representado na mídia como “ideal”. [...] As identidades, como o corpo, não são produtos finais, completos ou prontos, ambos são objetos de uma contínua construção que é construída no interior da representação (p. 111-115).

Entre as revistas da época que apostavam nesse tipo de conteúdo, encontra-se a Revista Fon-Fon! “O periódico focalizava, sobretudo, a moda, os estilos e as mudanças da vida social carioca” (Zanon, 2009, p. 220). Destinado ao público feminino, a Fon-Fon! acompanhou diversos marcos históricos, como o Estado Novo e a Segunda Guerra Mundial. Uma revista feminina que exalta a mulher, não duraria muito no Estado Novo, governo ditatorial e machista, entretanto, a Fon-Fon! continuou funcionando até 1958.

Para compreender o Estado Novo, como se deu a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial e a posição da revista Fon-Fon! durante esses períodos históricos, é necessário retornar

<sup>13</sup> Disponível em: < <https://revista.an.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/1974/1966>>. Acesso em: 03 de maio de 2024.

a como se deu o início da Era Vargas (1930-1945). Esse período foi nomeado dessa forma pelos 15 anos consecutivos que Getúlio Vargas passou na presidência do Brasil, e que ainda assim, não condiz com o total de anos em que essa figura passou no poder.

#### 4. BUZINANDO PELO BRASIL: A REVISTA FON-FON NO ESTADO NOVO

No período da República Velha (1889-1930), houve um tratado político entre os dois Estados mais poderosos do Brasil na época, São Paulo e Minas Gerais, conhecido como a política do café-com-leite<sup>14</sup>.

Segundo esse tratado, por meio do Partido Republicano Mineiro (PRM) e do Partido Republicano Paulista (PRP), haveria um revezamento, espécie de rodízio das oligarquias mineira e paulista no poder, a cada eleição (Nahes, 2007, p. 23).

Em 1926, o então presidente Washington Luís, que era paulista, indicou como sucessor outro paulista, Júlio Prestes, com o intuito de garantir a continuidade das práticas de proteção ao café, assim, quebrando o tratado. O representante do Estado de Minas, Antônio Carlos, a quem era esperado ter sido indicado por Washington Luís, buscou o apoio do Rio Grande do Sul. Dessa articulação, surgiu a Aliança Liberal, que indicou Getúlio Vargas como candidato à presidência da República e João Pessoa à vice-presidência (Nahes, 2007).

Paralelo a esses acontecimentos, no mundo inteiro, se espalhava o movimento feminino sufragista, que surge com o objetivo de estender o direito de voto às mulheres, permitindo sua inserção no campo político e social<sup>15</sup>. Em apoio a esse movimento, a revista Fon-Fon!, veículo importante da sociedade carioca, publica a edição de número 20 (Figura 6), assinada pelo cartunista Raul Pederneiras (Alves, 2021).

---

<sup>14</sup> O nome desse acordo era uma alusão à economia de São Paulo e Minas, grandes produtores, respectivamente, de café e leite. Disponível em: < <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia-brasil/politica-do-cafe-com-leite-acordo-marcou-a-republica-velha.htm>>. Acesso em: 19 de abr de 2024.

<sup>15</sup> Esse período foi denominado como “primeira onda do feminismo”. Para maiores informações, ler ALVES, Maria. Feminismo e mulheres na resistência à ditadura brasileira de 1964-1985. **Em Pauta**, Rio de Janeiro: UERJ, vol. 19, n. 47, p. 50-65.

**Figura 6** – Capa da edição número 20 da revista Fon-Fon!, em 16 de maio de 1914.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024).<sup>16</sup>

Apesar de abordar uma pauta bem avançada para 1914, como o sufrágio feminino, há uma série de conteúdos na revista Fon-Fon! que contradizem sua imagem de um veículo midiático moderno. Muitos autores da revista construíram um discurso que reafirmava a dominação masculina e relembra às mulheres o seu local na sociedade, renunciando sua participação no campo político.

As “mulheres modernas” ameaçam a ordem patriarcal, o poder masculino, daí o uso da imprensa para desclassificá-las, ao denegrir e satirizar atitudes de autonomia feminina, de emancipação daquele poder. Com efeito, observa-se o uso recorrente de artigos que discorrem sobre o que denominam como feminismo, significado desde já de forma caricata, com sinônimo de movimento de mulheres feras e fanáticas (Macena, 2010, p. 65).

Sobre as relações de dominação masculina, Bourdieu (2012) pontua que a força máscula se potencializa pois, socialmente, homens não têm a necessidade de justificar e caracterizar suas atividades. O mesmo não acontece quando se trata das mulheres.

A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão social do trabalho, distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço, opondo o lugar de assembleia ou de mercado, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres; ou, no interior desta, entre a parte masculina, com o salão, e a parte feminina, com o estábulo, a água e os vegetais, a jornada, o ano agrário,

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=17913>>. Acesso em: 24 de abr. de 2024.

ou o ciclo de vida, com momentos de ruptura, masculinos, e longos períodos de gestação, femininos (Bourdieu, 2012, p. 18).

Desse modo, pode se afirmar que a dominação masculina é uma construção social, no qual o privilégio masculino se inicia no próprio corpo, em sua realidade biológica. “É ele que constrói a diferença entre os sexos biológicos, conformando-a aos princípios de uma visão mítica do mundo, enraizada na relação arbitrária de dominação dos homens sobre as mulheres [...]” (Bourdieu, 2012, p. 20).

Ainda no período da República Velha, nos primeiros anos do século XX, no Brasil, mulheres e crianças ocupavam boa parte do proletariado.

Apesar das muitas greves e mobilizações políticas que realizaram contra a exploração do trabalho nos estabelecimentos fabris entre 1890 e 1930, as operárias foram, na grande maioria das vezes, descritas como “mocinhas infelizes e frágeis”. Apareciam desprotegidas e emocionalmente vulneráveis aos olhos da sociedade, e por isso podiam ser presas da ambição masculina (Rago, 2004, p. 484).

Ainda de acordo com Rago (2004), havia uma forte presença feminina nas fábricas de fiação e tecelagem. Já em 1920, as mulheres ocupavam 50,96% do trabalho nas indústrias têxteis e 33,87% nas indústrias de vestuário, algumas ainda trabalharam de casa para completar a carga horária diária.

Apesar do elevado número de trabalhadoras presentes nos primeiros estabelecimentos fabris brasileiros, não se deve supor que elas foram progressivamente substituindo os homens e conquistando o mercado de trabalho fabril. Ao contrário, as mulheres vão sendo progressivamente expulsas das fábricas, na medida em que avançam a industrialização e a incorporação da força de trabalho masculina. As barreiras enfrentadas pelas mulheres para participar do mundo dos negócios eram sempre muito grandes, independentemente da classe social a que pertencessem (Rago, 2004, p. 486).

Em 1º de março de 1930, aconteceram novas eleições no país e o candidato eleito foi Júlio Prestes. O inconformismo se alastrou pelo cenário político brasileiro e, em junho do mesmo ano, João Pessoa, membro da Aliança Liberal, é assassinado, dando início a Revolução de 1930. O movimento ocorreu em virtude da insatisfação das oligarquias de Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraíba com o domínio excessivo do Estado de São Paulo. “A opção, para evitar maiores consequências, foi a deposição do então presidente, que ocorreu em 24 de outubro. Washington Luís partiu para o exílio e Getúlio Vargas, chefe do movimento assumiu a Chefia do Governo Provisório” (Nahes, 2007, p. 25).

Ainda que o movimento em apoio ao sufrágio feminino tenha iniciado décadas atrás, o direito ao voto para as mulheres brasileiras, alfabetizadas e assalariadas só foi aprovado em

1932, no governo provisório de Vargas, mesmo que inúmeros projetos de reformulação do sistema eleitoral tenham sido apresentados desde o século XIX.

Embora o voto tenha sido conquistado em 1932, a participação da mulher na política continua limitada, na medida em que o modelo patriarcal encara as mulheres como cuidadoras da família e ainda não as considera como sujeitos políticos plenos (Alves, 2021, p. 55).

Saffioti (2015) define patriarcado como “o regime da dominação - exploração das mulheres pelos homens” (p. 47). Em uma sociedade regida pelo sistema patriarcal, o homem usufrui de privilégios, enquanto mulheres estão em uma posição de inferioridade e apagamento de suas próprias vontades.

Nos sistemas patriarcais, as mulheres estão em patamar de desigualdade tendo uma série de obrigações em relação aos homens, tais como manter relações conjugais mesmo contra sua vontade, além de um grande controle sobre sua sexualidade e sua vida reprodutiva (Aguilar, 2015 apud Azevedo, 2018, p. 15).

Em 1932, Plínio Salgado criou a organização Ação Integralista Brasileira (AIB). O partido político disseminava ideias totalitaristas e nazifascistas, defendia um governo ditatorial, com o poder centralizado em um único governante. Os princípios da AIB podem ser encontrados no “Manifesto à Nação Brasileira”, documento que reforçava um nacionalismo exagerado e a imagem de uma mulher do lar, esposa, sem rebeldia. O novo período que viria a chegar no Brasil, o Estado Novo, ressaltaria essa representação dominante.

Esse “projeto de mulher” adentraria o Estado Novo e se aperfeiçoaria por meio de uma intensa campanha do Ministério da Educação, que via na figura feminina um de seus principais aliados, quando o assunto era a Educação Nacional (NAHES, 2007, p. 41).

Com a direita ganhando espaço e se difundindo em todo o país, movimentos liderados pelo Partido Comunista do Brasil, fundado em 1920, foram surgindo, em busca de lutar contra as ideias integralistas. A partir dessas organizações contra o fascismo, em 1935, surge a Aliança Nacional Libertadora (ANL), sob a liderança da esquerda e em defesa da democracia.

A criação da AIB e ANL foi um passo fundamental no processo de aumento das discussões sobre o nacionalismo e as liberdades democráticas.

Pregando a formação de um governo popular-nacional-revolucionário, a ANL conseguiu atrair rapidamente a simpatia de amplos setores da população, principalmente da classe média. Importantes “tenentes” civis e militares [...], que haviam atuado de maneira destacada na linha de frente da Revolução de 30 e ocupado postos-chaves no processo revolucionário, ingressaram na organização, rompendo de forma radical com os rumos da política governamental (Pandolfi e Grynszpan, 1997, p. 14).

É importante destacar que independentemente de a estrutura política brasileira ter passado por um processo de modernização, com a criação dos partidos políticos, não havia representação feminina na conjuntura política do país.

Na Era Vargas, as mulheres não estão nos partidos políticos, a militância feminina que marcou a década de 20 desaparece. Campanhas massificantes promovidas pelo governo, como as de amamentação, dentre outras, que indicam o retorno das mulheres ao espaço privado do lar, foram endossadas, até mesmo, pela esquerda brasileira (Nahes, 2007, p. 40).

Com o crescimento dos movimentos populares, em 1935, o Congresso cria a Lei de Segurança Nacional<sup>17</sup>, que caracteriza contra a ordem política e social. “A partir de então, o comunismo tornou-se não apenas um inimigo do governo, mas um perigo à sociedade como um todo, cabendo a esta engajar-se no seu combate, na ação repressiva” (D’Araújo, 1984 apud Pandolfi e Grynszpan, 1997, p. 14).

Vargas, que estava à frente da presidência do Brasil no governo provisório, se apoia na ameaça comunista para alcançar seus objetivos políticos. “Os comunistas eram aqueles que estavam claramente a favor da derrubada revolucionária, da ordem existente e do estabelecimento de uma sociedade igualitária” (Coggiola, 1998, p. 10). Ancorado nessa instabilidade política que o país vivia, Getúlio Vargas passa a planejar o golpe.

Após oito anos com Vargas no cargo de Chefe da Nação, em 1937, eleições diretas para um novo governante deveriam ser arranjadas, com base na Constituição de 1934. No processo eleitoral, surgiram três candidatos ao cargo, sendo um da extrema direita, um representante dos oligarcas paulistas e um representante dos governadores estaduais.

Com o intuito de continuar no poder, Getúlio Vargas e os militares intervêm na política estadual e abusam do argumento de uma “ameaça comunista”, para justificar a adoção de medidas excepcionais, causando uma crise fictícia no país.

Após a repressão que se abateu sobre o movimento comunista brasileiro, decorrência da fracassada revolta armada de novembro de 1935, ele praticamente inexistente no Brasil. Todavia, desde essa época o país vive em estado de guerra (Seitenfus, 2000, p. 87).

Um dos momentos relevantes para a deflagração do golpe, foi a criação do “Plano Cohen pelo Ministério da Guerra, um ‘documento forjado que relatava a preparação de uma nova ofensiva comunista’” (Pandolfi e Grynszpan, 1997, p. 21), que pedia o retorno do estado

<sup>17</sup> Disponível em: <

de guerra. Com medo do comunismo e da intervenção militar, o Congresso aprova o pedido feito pelo Ministério.

Em novembro de 1937, Vargas realizou um discurso através do rádio, apresentando a liberal-democracia “como uma fórmula inadequada à realidade nacional e os partidos políticos como sendo representantes de interesses regionais ou particulares” (Bonet, 2010, p. 13). Além disso, as instituições do poder legislativo foram interditadas, considerando, segundo ele, que o novo regime teria o objetivo de restaurar a autoridade nacional (Bonet, 2010).

A partir desse momento, o povo brasileiro passou a conhecer um novo conjunto de instituições políticas e Vargas passou a organizar de maneira distinta o seu poder sobre a sociedade. Nasce o Estado Novo, que foi o período em que Getúlio Vargas governou o Brasil, de maneira ditatorial, logo após um golpe de Estado.

O regime instaurado em 10 de novembro de 1937, sob o título de Estado Novo, se propunha a ser um governo forte e nacionalista, através do reforço do poder central e da adequação das instituições à realidade brasileira, sendo capaz de intervir nas questões econômicas, políticas e sociais do Brasil em nome do bem comum (Bonet, 2010, p. 13).

Bonet (2010) ainda aponta que estudiosos veem o golpe de 1937 como o arremate da revolução de 1930.

[...] O novo regime brasileiro seria uma continuação das tradições nacionais, e não uma ruptura com o passado do país. O Estado Novo teria emergido da necessidade de salvação nacional - preservando a soberania, a integridade e o prestígio do Brasil - e de integração das instituições políticas com a realidade brasileira. Com isso, o Regime estaria de acordo com a realidade nacional e com suas tradições, sem se filiar a quaisquer ideologias estrangeiras; esse seria um dos motivos para ser considerado, por eles, nacionalista (Bonet, 2010, p. 16).

Durante esse regime político, Vargas se apoiou fortemente nos meios de comunicação. Nesse contexto, ocorreu a nacionalização da informação, sendo proibida a utilização da imprensa por estrangeiros (Nahes, 2007). Ancorado nesse movimento, no qual apenas brasileiros poderiam utilizar a imprensa, em 1939, o governo Vargas criou o Departamento de Imprensa e Publicidade (DIP). O órgão, que tinha como diretor Lourival Fontes, era responsável por gerenciar toda a publicidade e propaganda dos setores governamentais e da administração pública federal, assim como de todas as suas autarquias.

Essa mesma censura vai nortear o perfil ideológico de revistas e jornais da época. No campo feminino, via-se, como indispensável, reforçar o ideal da mulher, do lar, da dona de casa esteio da família e da nação (Nahes, 2007, p. 34-35).

Paralela à fundação do DIP, Vargas também criou o Departamento de Administração e de Serviço Público (DASP), que centralizava todo o poder no presidente. “Assim, por meio de

atitudes e atividades coordenadas dos DIP e DASP, vemos, pouco a pouco, emergir no Brasil o que conhecemos como populismo corporativista centrado na figura de Getúlio Vargas” (Nahes, 2007, p. 35).

O termo “populismo” é empregado para representar um conjunto de práticas políticas que se manifestam de maneiras diferentes. Para Nahes (2007), o populismo, com sua diversidade, “(...) é explícito nas figuras exaltadas e carismáticas que prometiam atender às queixas populares e construir uma solidariedade social (p. 36)”. Ela ainda cita os governos da Argentina (1946-1955), Chile (1927-1931 e 1952-1953), Colômbia (1948), Peru (1930) e México (1934-1940) para caracterizar o populismo corporativista. Todos os líderes desses governos “representaram modelos de regimes populistas baseados num ‘homem forte’, que tendia a deixar de lado ‘os pormenores’ da democracia, ignorando os interesses de classes, fossem elas quais fossem” (Nahes, 2007, p. 36).

Nesse período, no qual o Brasil foi governado por Vargas, o DIP censurou diversos veículos brasileiros, em busca de moldar a imagem de um país moderno e moralizado. “Revistas, jornais, fotografias, manifestações cívicas estampam imagens que reforçam o retrato ideológico da nação ideal e, sobretudo, de mulher ideal ou, ainda, do comportamento e a postura da mulher” (Nahes, 2007, p. 36). Não havia espaço para a participação feminina no ambiente político do país.

Ainda que não houvesse a inserção da mulher na conjuntura política do Brasil, entre os anos 1930 e 1945, com a urbanização das cidades e a industrialização, os arranjos sociais foram se modificando e novas oportunidades de trabalho e atuação foram surgindo. “A principal pauta econômica da Era Vargas foi a busca pela industrialização do país como uma possível saída da dependência do Brasil do sistema agroexportador” (Draibe, 1985 apud Fernandez, 2023, p. 140). Embora mulheres negras e de classes mais baixas sempre tenham trabalhado, as mulheres brancas e de classes sociais mais privilegiadas enfrentavam obstáculos para ingressarem no mundo do trabalho, controlado por homens.

Nos periódicos femininos, as feministas se diziam responsáveis pelo futuro das trabalhadoras pobres, mas pouco falavam a respeito do modo como pretendiam encaminhar, na prática, essa filantropia. As operárias, tão vitimadas pelas péssimas condições de trabalho, baixos salários, pela quantidade de filhos que deveriam criar, tão presas à condição biológica, eram consideradas até mesmo pelas feministas como incapazes de produzir alguma forma de manifestação cultural (Rago, 2004, p. 494).

Rago (2004) também assinala que “num mundo em que mulheres e homens desfrutarem de condições de igualdade, as mulheres teriam novas oportunidades não só de trabalho, mas de participação na vida social (p. 499)”. As perspectivas acerca da existência feminina seriam

pensadas e praticadas de uma nova forma, a mulher viveria nos mesmos espaços políticos, sociais e culturais que os homens, no qual ambos participariam da edificação desses ambientes de maneira equitativa (Rago, 2004).

Embora as discussões sobre as condições femininas tenham crescido, durante a Era Vargas, foi criado um projeto pedagógico para o retorno das mulheres ao lar, onde poderiam voltar a servir a pátria e a família, pois, considerava-se que servir a família é servir a nação. “Esse retorno da mulher ao espaço privado representou um retrocesso significativo em relação às conquistas femininas adquiridas na década de 20” (Nahes, 2007, p. 38).

Os meios de comunicação, censurados pelo DIP, passaram a apostar na produção de conteúdo voltados à mulher do lar. Assim como o rádio, a revista *Fon-Fon!* sofreu com a manipulação da Era Vargas e passou a investir em temas relacionados à afirmação de papéis ideais para a mulher. “Se até os anos de 1930 havia na revista um espaço significativo para sátira política e crônica social, a partir de então esse tom perdeu força, cedendo lugar à figura feminina e à divulgação de modelos de comportamento, beleza, elegância e luxo” (Dantas, 2015, p. 3744).

Em seu tempo de circulação, a revista *Fon-Fon!* difundiu conteúdos que construíam papéis ideais para mulheres, na posição de mãe e esposa que abdica do trabalho para dedicar-se somente ao cuidado do lar, filhos e marido, reforçando, assim, o estereótipo de gênero (Dantas, 2015). Para entender o que são estereótipos de gênero, é necessário primeiramente explorar os conceitos de gênero e estereótipo, individualmente. Unger (1979 apud D’Amorim, 1997) define gênero como “a soma das características psicossociais consideradas apropriadas a cada grupo sexual, sendo a identidade de gênero o conjunto destas expectativas, internalizado pelo indivíduo em resposta aos estímulos biológicos e sociais” (p. 121).

Já Saffioti (2015) considera que gênero é um conceito construído a partir das relações sociais entre homem e mulher, porém é um conceito amplo, que pode ser encaixado em diversas categorias de análise.

Cada feminista enfatiza determinado aspecto do gênero, havendo um campo, ainda que limitado, de consenso: o gênero é a construção social do masculino e do feminino. O conceito de gênero não explicita, necessariamente, desigualdades entre homens e mulheres. Muitas vezes a hierarquia é apenas presumida (Saffioti, 2015, p. 47).

Os estereótipos, por sua vez, são as representações recorrentes que moldam as percepções do indivíduo nas relações sociais (Baccega, 1998). Essas representações influenciam na definição dos papéis sociais consideradas apropriadas para cada gênero, dando origem ao conceito de estereótipo de gênero. D’Amorim (1997) define esse conceito como “o

conjunto de crenças acerca dos atributos pessoais adequados a homens e mulheres, sejam estas crenças individuais ou partilhadas” (p. 122). Marques et. al (2019), aponta que, nesse contexto, “a mulher está confinada à função de educadora dos filhos, devendo inculcar-lhes, desde cedo, valores como o respeito pelas instituições, o gosto pelo trabalho, o amor à pátria, a integridade moral, as boas maneiras e a disciplina” (p. 76).

Em relação a revista Fon-Fon!, junto ao Estado, foram sendo desenvolvidas edições com informações que atendessem aos interesses políticos e particulares.

Assim, a Fon-fon colabora em um trabalho conjunto que objetifica construir a mentalidade da sociedade brasileira dos anos 30 e 40, mentalidade esta que relegou à mulher o papel de coadjuvante na cena histórica do período em discussão (Nahes, 2007, p. 105-106).

Em suas páginas, é possível notar descaso com pautas destinadas à parcela mais popular da sociedade. As edições da Fon-Fon! são ocupadas pelos “bons modos”, a etiqueta, os últimos acontecimentos de Hollywood, intrigas nas esferas políticas e tudo o que fazia parte da elite carioca, a chamada “boa sociedade” (Nahes, 2007).

Na Era Vargas, resumidamente, o país era envolvido pelo paternalismo, machismo e autoritarismo, reforçados em revistas como a Fon-Fon!.

Nesse período, a Fon-fon se transformou em uma cartilha político-educacional obrigatória, que deveria ser seguida incondicionalmente, oferecendo ao público feminino uma cultura de entretenimento, portanto, alienante, pouco questionadora, por meio de publicações como: receitas culinárias, bordados, propaganda, conselhos sobre qual a melhor postura feminina diante do homem (que conviesse a ele, logicamente), além de folhetins, americanos ou ingleses, focando suas lentes, sobremaneira, nas imagens. Moda, moldes e fotografia mencionavam, explicitamente, todas as regras do saber-viver, do bom gosto, enfim, regras estas que todas as jovens de boa família deveriam conhecer, para realizar um bom casamento e ter um bom comportamento social (Nahes, 2007, p. 107).

Mateucci (1998) entende o paternalismo como “uma política social orientada ao bem-estar dos cidadãos e do povo, mas que exclui a sua direta participação: é uma política autoritária e benévola, uma atividade assistencial em favor do povo, exercida desde o alto, com métodos administrativos” (p. 908). Essa autora faz uma analogia entre o poder que o pai tem sobre os filhos e o que tem o monarca sobre seus súditos, ambos governam de acordo com os próprios desejos (Mateucci, 1998).

Regido por um ideal de liderança masculina, de acordo com Drumont (1980), o machismo se caracteriza como:

Um sistema de representações-dominação que utiliza o argumento do sexo, mistificando assim as relações entre os homens e as mulheres, reduzindo-os a

sexos hierarquizados, divididos em polo dominante e polo dominado que se confirmam mutuamente numa situação de objetos (p. 82).

Enquanto o autoritarismo, como Stoppino (1998) pontua o termo:

[...] designa, na verdade, uma situação na qual as decisões são tomadas de cima, sem a participação ou o consenso dos subordinados. Neste sentido, é uma manifestação de autoritarismo alegar um direito em favor de um comando que não se apoia na crença dos subordinados; e é uma manifestação de autoritarismo pretender uma obediência incondicional quando os súditos entendem colocar em discussão os conteúdos das ordens recebidas (p. 93).

Sendo assim, o autoritarismo é uma forma de governo no qual prevalece a obediência inquestionável a uma autoridade, “[...] é uma imposição da obediência e prescinde em grande parte do consenso dos súditos, oprimindo sua liberdade” (Stoppino, 1998, p. 94). Vale destacar que esses três conceitos são baseados em relações de poder e são ideias contrárias à democracia, ideias encontradas no Estado Novo, no qual Vargas foi até chamado de “pai dos pobres”.

Vargas foi um pai que tratou os filhos de maneira diferenciada, desconsiderando-os com indulgente e desprezando os de pele escura e os moradores do campo, privilegiando tão somente aqueles filhos “obedientes” dispostos a levar adiante seu projeto industrial e nacionalista. Contudo, para os filhos “ingênuos”, Getúlio sempre lembrou deles (Cordeiro, 2010, p. 4).

Nesse contexto, uma questão permeia o raciocínio dessa época - como as mulheres poderiam conviver em sociedade? Seres tão frágeis e alheios às questões do mundo seriam capazes de alcançar algum tipo de destaque? Na verdade, nesse cenário, a figura feminina, quando encontrada em posição de evidência, é sempre uma representante da elite e em atividades consideradas de formação para o lar, como ações de filantropia. Entre os anos 1930 e 1940, as matérias da revista Fon-Fon! apostam na imagem dessa mulher sujeita à autoridade masculina (Figura 7). “Quando aparecem escritos de mulheres, o conteúdo é tão masculino que desconfiamos de que estas mulheres sejam personagens inventadas pelos escritores-articulistas desses periódicos” (Nahes, 2007, p. 113).

Figura 7 – Coluna “Página do Lar” da revista Fon-Fon!, na edição 01, em 7 de janeiro de 1939.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024).<sup>18</sup>

A partir de 1929, uma crise se alastrou pelo globo, desencadeada pela superprodução norte-americana, o que levou ao colapso da Bolsa de Valores de Nova Iorque. De 1929 a 1932, empresas faliram e milhões de pessoas foram levadas ao despejo e condições precárias de vida (Rossini, 2015). Mello (2018) aponta que “como um dominó, uma a uma as potências do mundo foram caindo; os países manufatureiros reduziam suas produções e, ainda assim, dificilmente encontravam mercados para seus produtos” (p. 28).

Em consequência dessa crise, a fome e o desemprego aumentaram, o que acabou potencializando os movimentos fascistas (Mello, 2018). No Brasil, o preço do café, por exemplo, despencou em 60% no mercado internacional e a moeda nacional depreciou cerca de 40%. Essas baixas acabam incentivando o desenvolvimento interno do país.

O consumo do país sofria grande desfalque, o que naturalmente estimulará a produção interna. Apesar da crise e das dificuldades de toda ordem neste momento de subversão econômica internacional, veremos crescer a produção brasileira de consumo interno, tanto agrícola como industrial. Acentua-se assim novamente o processo de nacionalização da economia do país. A grave crise que sofria seu sistema tradicional de fornecedor de matérias-primas e gêneros tropicais, resultava no progresso de sua nova economia voltada para necessidades próprias (Prado Jr apud Mello, 2018, p. 34).

<sup>18</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=98636>>. Acesso em: 24 de abr. de 2024.

O período que sucede a crise de 1929, conhecido como “Grande Depressão”, contribuiu para a ascensão de regimes políticos com ideias ultranacionalistas, “como foi o caso do Japão e da Alemanha, em 1931 e 1933, podendo-se afirmar que o nazismo alemão é fruto da Grande Depressão” (Hobsbawn, 1995 apud Naiditch, 2015, p. 18). A Alemanha, sendo uma das potências que mais sofreu com as dificuldades advindas da crise, buscou fortalecer as relações de comércio na América do Sul, se tornando, uma das principais aliadas do comércio internacional brasileiro.

Ao alcançar o poder na Alemanha em 1933, Hitler desenvolveu projetos de governo para recuperar a economia alemã. “A Alemanha nazista chegou ao poder tentando provar de todas as maneiras que as ideias liberais estavam ultrapassadas e que uma grande potência deveria ser autárquica, ou seja, autossuficiente” (Naiditch, 2015, p. 18). Após dois anos no comando do governo alemão, em 1936, Hitler rompeu o tratado de paz assinado ao final da Primeira Guerra Mundial.

Com isso, em meados de 1938, no pré-guerra, fora da Europa, o Brasil era o parceiro comercial mais importante da Alemanha, fazendo assim com que os EUA se incomodassem com a situação. Contudo, essas relações germano-brasileiras eram extremamente benéficas aos brasileiros, pois, através das trocas comerciais, o governo conseguia adquirir os produtos que mais lhe interessavam, os quais eram armamentos e a proposta de construção de duas siderúrgicas pelos alemães. Vendo essa forte aproximação comercial e a tentativa alemã de se aproximar politicamente do Brasil, o governo norte-americano propõe novos acordos bilaterais de comércio e o comprometimento na construção de uma siderúrgica brasileira, ganhando, assim, a confiança do governo brasileiro (Alves, 2002 apud Naiditch, 2015, p. 19).

Em 1939, os alemães dão início à Segunda Guerra Mundial, porém o Brasil já era mais próximo dos norte-americanos. Getúlio Vargas, visando o recebimento de suprimentos, sede espaço para os Estados Unidos e, conseqüentemente, para o bem-estar de ambos os países, Brasil e Estados Unidos assinam os Acordos de Washington, que tinham como objetivo o envio de matéria-prima brasileira para os EUA e a abertura militar do Nordeste para os Aliados<sup>19</sup>, já os Estados Unidos investiriam em uma siderúrgica e armamentos para o Brasil (Naiditch, 2015).

Em resposta à união do Brasil com os Aliados, em 1942 o Eixo<sup>20</sup> ataca e afunda 21 navios brasileiros, acarretando na morte de mais de 742 pessoas. No dia 22 de agosto de 1942,

---

<sup>19</sup> Os Aliados foi um grupo, que lutou na Segunda Guerra Mundial, formado pela Inglaterra, primeiro país a ingressar no grupo por medo de sofrer novas invasões pelos alemães, França, Estados Unidos, a antiga União Soviética e o Brasil, que entrou na guerra após ter uma de suas bases atacadas pelo governo alemão. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/historia/segunda-guerra-mundial>>. Acesso em: 25 de abr. de 2024.

<sup>20</sup> Por partilhar de problemas econômicos parecidos com o da Alemanha, a Itália também apresentava objetivos similares ao governo alemão, assim assinaram um tratado de colaboração entre os países. Posteriormente, o

o Brasil declara oficialmente guerra ao Eixo e entra na Segunda Guerra Mundial (Naiditch, 2015).

[...] A oficialização da guerra contra o Eixo fica clara devido à pressão e ao alinhamento político, econômico e comercial com os Estados Unidos. Além disso, constata-se a grande insistência de Vargas na reestruturação do exército e na sua participação no conflito, que aconteceria em julho de 1944, devido à ajuda norte-americana no fornecimento de materiais necessários para a guerra (Naiditch, 2015, p. 20).

Após a entrada do Brasil no grande conflito, a revista Fon-Fon! sofre uma reformulação em seu conteúdo. As páginas que, anteriormente eram preenchidas por matérias que ressaltam os papéis ideais femininos, ou reportagens de apoio aos países do Eixo, abrem espaço para conteúdos produzidos pelo olhar masculino, que antes a revista tentava camuflar, enfatizando o orgulho nacional.

No lugar dos textos onde se enaltecia a mãe-esposa-rainha do lar, entra em pauta o brasileiro guerreiro - forte em músculos e espírito guardião - da Nação que vai à guerra e voltará vitoriosa [...] A Fon-fon redefini seus contornos de acordo com as demandas da sociedade brasileira dos anos dourados (Nahes, 2007, p. 117-118).

Considerando essa mudança de conteúdo, surge o questionamento acerca de como a revista Fon-Fon!, semanário de conteúdo destinado ao público feminino, passou a representar a figura da mulher, tendo em vista que o periódico abriu espaço para produção pelo olhar masculino. “Tendo como público-alvo o segmento feminino, as mulheres foram chamadas ao diálogo tendo como veículo um magazine escrito e dirigido por homens, intelectuais a serviço do Estado Novo” (Nahes, 2007, p. 158).

Embora seja uma revista feminina, o discurso propagado era machista, visto a classe dominante da época. Essas ideias se manifestam em textos de cunho “de doutrinação da mulher, chamada a representar seu papel no contexto do Brasil Novo: mãe de família, formadora de novas gerações e apoio dos verdadeiros protagonistas da História, os homens” (Nahes, 2007, p. 159). A mulher não é colocada em outra posição, a menos que seja a de cuidadora do lar.

## 5. ENTRE IMAGENS E ESTEREÓTIPOS: EXPLORANDO A REPRESENTAÇÃO FEMININA NAS CAPAS DA REVISTA FON-FON!

Para compreender um produto é necessário analisar, além do seu texto principal, todo o conjunto de elementos verbais e gráficos que o compõem. Esse conjunto de elementos podem ser classificados como paratextos. Os elementos paratextuais são os itens que acompanham o texto, formando sua identidade, como título, subtítulo, capa etc. Genett (2009) define paratexto como “(...) aquilo por meio do qual um texto se torna livro e se propõe como tal a seus leitores, e, de maneira mais geral, ao público” (p. 9).

Os elementos paratextuais são muito comuns nos periódicos impressos, que, para se manterem ativos no mercado, necessitam cativar o público leitor. Com esse objetivo, as revistas elaboram um projeto editorial e um projeto gráfico, nos quais irão constar a linha de abordagem da revista e a forma como textos, fotos, desenhos e outros elementos gráficos estarão dispostos nas páginas do produto. Faria e Zanchetta (2002) pontuam que o projeto gráfico “desempenha um papel bastante prático: serve para atrair o leitor de imediato e garantir certa harmonia no conjunto final de matérias, propagandas e outros elementos” (p. 75). Nos projetos gráficos, que surgem as capas e os elementos paratextuais que transmitem a identidade de uma revista.

Para Barbosa e Rabaça (1978), a capa de um material impresso “é o primeiro contato visual do consumidor com o produto, sendo por isso utilizada promocionalmente para atrair a atenção sobre o produto, informando sobre seu conteúdo e distinguindo-o dos demais” (p. 66). Normalmente, as capas de um produto são compostas por signos icônicos, como fotografias, desenhos e ilustrações; e signos linguísticos, cabeçalhos e manchetes, também conhecidas como chamadas. O cabeçalho é composto por elementos que possibilitem a identificação da revista – nome, data de publicação, número da edição, preço e demais informações que o editor compreenda essencial. Já as manchetes são os pequenos títulos dos textos de maior destaque na edição da revista.

A manchete, geralmente, é um complemento da imagem que compõe a capa, e vice-versa.

As chamadas, juntamente com as imagens, são um dos fatores mais visíveis para atrair a atenção do leitor, porém há posições antagônicas no que se refere à questão da primazia do texto sobre a imagem ou vice-versa. Para alguns, a imagem é o primeiro item a despertar o interesse de um possível consumidor (Silveira, 2006, p. 32).

Para Scalzo (2004), uma boa imagem na capa é essencial para chamar a atenção do público, pois é o primeiro elemento a ser notado. Sobre o logotipo, esse autor pontua que “(...) também é fundamental, principalmente quando ela é conhecida, e já detém uma imagem de

credibilidade junto ao público” (2004, p. 63). Ali (2009), por sua vez, afirma que “A produção de uma foto de capa é cara, mas garante que a identidade de uma revista seja bem comunicada, mesmo quando se trata de um simples retrato” (p. 70). Por esses motivos a capa de uma revista, e de outros tipos de impressos, é tão relevante. Vale ressaltar ainda que, por meio desse elemento paratextual, é possível identificar a representação de um público alvo para aquele conteúdo e o ponto de vista do editor.

Na revista Fon-Fon!, considerada uma espécie de patrimônio da imprensa brasileira (Nahes, 2007), um dos elementos paratextuais que mais chamava a atenção eram suas capas, confirmando a afirmação de Oliveira (2011), de que “A principal função de uma capa é chamar a atenção do leitor e conseqüentemente atraí-lo para a compra de tal revista” (p. 28). Nas primeiras edições dessa revista, sob o comando de Mario Pederneiras, Gonzaga Duque e Lima Campos, as capas estampavam a figura do chofer no automóvel e o ícone de uma buzina, símbolos de modernidade do Brasil República (Franqui e Periotto, 2016), com a palavra “Fon-Fon!” na parte superior da capa, na qual as letras “O” são dispostas como as rodas do carro. Além da logo da revista, as capas das primeiras edições acompanhavam caricaturas (Figura 8), um tipo de desenho que revela um retrato bem-humorado de alguém, enfatizando as características da pessoa retratada.

**Figura 8** – Capa da edição número 05 da revista Fon-Fon!, em 11 de maio de 1907.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=121>>. Acesso em: 20 de maio de 2024.

Outra característica marcante nas capas do periódico são as cores. Cada edição do ano inicial apresentava uma cor predominante, em sua maioria, vermelho ou verde e preto para o contorno dos desenhos (Figura 9). Algumas das edições também continham um pequeno enunciado nas capas, além de ano e número da edição, data de publicação, valor da revista e endereço.

**Figura 9** – Capa da edição número 17 da revista Fon-Fon!, em 3 de agosto de 1907.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>22</sup>.

De acordo com Heller (2013), o vermelho simboliza o fogo e o sangue. “A ação psicológica e simbólica do sangue faz do vermelho a cor dominante de todas as atitudes positivas em relação à vida” (p. 105). Em muitas crenças, o sangue é a essência da força vital, como, por exemplo, no cristianismo, em que “(...) O vermelho faz lembrar o sangue sacrificado. As batas dos sacerdotes católicos, o manto do altar e o revestimento do púlpito são vermelhos nos dias em que se recorda a paixão de Cristo (...)” (Heller, 2013, p. 105).

Ao fogo, por sua vez, é atribuída a simbologia do divino, de força. Além disso, na antiguidade, a cor também era símbolo de nobreza.

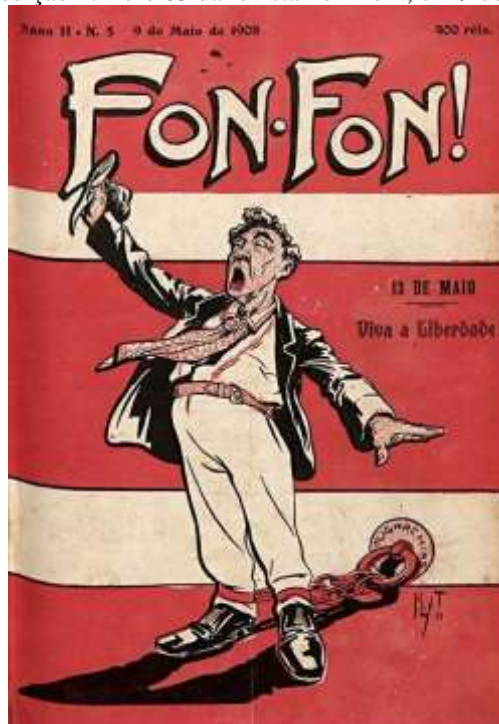
A avaliação da pureza e da luminosidade das cores era critério para determinar seu preço. Quanto mais luminosa uma cor, tanto mais cara, pois era difícil livrar as cores naturais das impurezas. O vermelho era a mais cara das cores na tinturaria têxtil: a fabricação dos corantes era cara, o tingimento era dispendioso. As tintas e os ingredientes necessários para tingir de vermelho tinham que ser importados (Heller, 2013, p. 114).

<sup>22</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=468>>. Acesso em: 20 de maio de 2024.

Quanto ao uso do verde, essa autora pontua que essa cor “(...) é uma ideologia, um estilo de vida: consciência ambiental, amor à natureza, ao mesmo tempo a recusa a uma sociedade dominada pela tecnologia” (Heller, 2013, p. 191). Ademais, “no século XIX, o verde foi a cor dos movimentos burgueses que se ergueram contra o domínio absolutista” (Heller, 2013, p. 2015).

As capas da Revista Fon-Fon! seguem esse mesmo padrão estético ao longo do ano de lançamento, apresentando poucas variações. Esse modelo começa a variar a partir da quinta edição de 1908. A partir desse ano, elas passam também a estampar ilustrações. O chofer, seu automóvel e a buzina somem em algumas publicações, porém o vermelho contornado por preto ainda é bastante presente (Figura 10).

**Figura 10** – Capa da edição número 05 da revista Fon-Fon!, em 9 de maio de 1908.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>23</sup>.

É provável que a revista apostasse nas cores verde e vermelho de maneira simbólica, já que um dos símbolos nacionais brasileiros, Armas Nacionais<sup>24</sup> ou Brasão Nacional, contém as cores verde e vermelho em sua composição. O símbolo de Armas Nacionais, criado junto da Bandeira Nacional em 1889, representa a honra, glória e a nobreza do país.

<sup>23</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=738>>. Acesso: 20 de maio de 2025.

<sup>24</sup> Para saber mais, acesse Senado Notícias

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/09/17/simbolos-nacionais-representam-a-identidade-de-uma-nacao-diz-consultor>

As revistas almejavam um alvo bastante claro: fazer chegar aos seus leitores ideias, valores, comportamentos e imagens de um universo que se apresentava de forma inaugural, revolucionária e, sobretudo, sedutora. As publicações desempenharam papel de verdadeiros agentes em especialistas na apropriação, tradução e circulação de saberes (Velloso, 2008, p. 11).

A partir de 1910, o semanário passou a ser comandado por Olegário Mariano, Felipe Oliveira, Álvaro Moreyra, Eduardo Guimaraens, Hermes Fontes e Ronal de Carvalho. Nesse momento, as revistas da época manifestavam um espírito modernista (Nahes, 2007), que podem ser observadas nas capas. A edição número 6 (Figura 11), de fevereiro de 1910, é diferente de tudo o que a Fon-Fon! já havia publicado anteriormente. Esse número especial de carnaval mistura as cores em uma ilustração de um bloco de carnaval, chamando atenção para os tons de vermelho, amarelo, verde e azul.

**Figura 11** – Capa da edição número 6, especial de carnaval, da revista Fon-Fon!, em 4 de fevereiro de 1910.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>25</sup>.

Nesse número, não é observada a presença de um enunciado e o chofer, que anteriormente deixava de aparecer poucas vezes, desaparece e abre espaço para um tipo de logo da Fon-Fon! que brinca com outras formas. Na edição número 6, as letras que compõem o nome da revista se misturam com partes do corpo humano, além da presença de um corpo feminino em vestes curtas na área central do elemento paratextual.

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=3965>>. Acesso em: 21 de maio de 2024.

Garcia e Sousa (2015) apontam que o carnaval é visto “(...) pelo imaginário popular, como um espaço em que tudo é permitido, em que não há coerções, não há limites” (p. 88). Durante as comemorações, algumas mulheres se sentem à vontade para expressarem sua sensualidade em suas vestes. Em virtude da estrutura patriarcal, a mulher é representada socialmente como um objeto de desejo masculino, resultando em julgamentos ao seu modo de se apresentar.

(...) a comercialização do carnaval e a erotização associada ao corpo feminino, nessa conjuntura, trouxeram mudanças nas representações da imprensa ilustrada, uma vez que o aspecto sexual, de forma mais contundente, passou a ser explorado pelas revistas na leitura do desnudamento crescente do corpo feminino (...) as representações a respeito do carnaval propagadas pela imprensa e, muitas vezes, construídas igualmente por ela, revelam, entre outros aspectos, as visões masculinas quanto ao caráter da festa e à atuação das mulheres na esfera dos desejos, considerando que grande parte dos textos e registros era realizada por homens (Maziero, 2020, p. 1-2).

Manuela Lira e Ana Veloso (2008) apontam que “a publicidade em geral, tem usado a imagem da mulher como uma estratégia de atrair o público masculino, como se só os homens pudessem comprar e só eles servissem de referencial consumidor para o mercado” (p. 2). Assim, a mídia assume um papel de ligação entre os valores culturais e as instituições (Lira e Veloso, 2008).

Ao adentrar em 1922, a Fon-Fon! passa a expressar o “espírito dinâmico, progressista e ativo” de Sérgio Silva, que seguiu como proprietário e diretor até o encerramento do periódico (Nahes, 2007). Participaram da sua gestão, o diretor-literário, Gustavo Barroso; e os redator-secretários, Martins Capitrano; Hermes Fontes, Elcías Lopes, Mario Poppe e Bastos Portela. “Com essa equipe, Fon-Fon! definiu a linha ideológica que a compôs durante toda a Era Vargas, sendo que a maior parte desses intelectuais, alguns deles oriundos do modernismo<sup>26</sup>, nela permaneceram até a sua última edição” (Nahes, 2007, p. 102).

A partir dessa gestão é possível notar o maior uso de fotografias nas capas deste periódico (Figura 12), na maioria, fotos de paisagens, em plano aberto, como se o leitor participasse do cenário fotografado. A paisagem da edição número 19 em 13 de maio de 1922, por exemplo, tem como cenário uma floresta no meio do Rio de Janeiro composta por tons escuros e as árvores caídas deixam a entender que houve algum tipo de interferência, seja por um fenômeno natural ou desmatamento, restando apenas uma árvore de pé. Quatro figuras masculinas estão ocupando o local também com trajes em cores escuras, exceto um que veste

<sup>26</sup> O modernismo brasileiro pode ser caracterizado como um conjunto heterogêneo de estratégias encontradas por intelectuais e artistas brasileiros da metade do século XX, convictos da modernidade como ordem universal inexorável, para produzir novas representações da nacionalidade (Monteiro, 2012, p. 2).

um terno branco. Ao fundo, como segundo plano, temos o céu, o mar e a natureza. A palavra “Fon-Fon” não se encontra localizada mais na parte superior da capa e sim no canto inferior direito, em letras brancas, abrindo espaço para melhor visualização da fotografia.

**Figura 12** – Capa da edição número 19 da revista Fon-Fon!, 13 de maio de 1922.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>27</sup>.

Como foi possível observar, ao longo dos anos, a revista Fon-Fon! sofreu algumas alterações, seguindo as ideias da gestão vigente. Em 1939, com a criação do DIP, e ainda sob a gestão de Sérgio Silva, a Fon-Fon! passou a produzir conteúdos com temas voltados para a representação de uma mulher ideal: uma mãe, dedicada ao cuidado do lar e dos filhos (Dantas, 2015).

A capa da edição número 50, de 16 de dezembro de 1939 (Figura 13), dá destaque a uma mulher branca, de cabelos curtos, escuros, de postura ereta, mas não rígida demais para não transmitir a ideia de agressividade. Ela veste saia abaixo do joelho e blusa com um decote que mostra apenas o pescoço, pois a representação da mulher recatada e dona do lar não pode dar espaço para vestes que mostrem muita pele. Ademais, o logotipo da revista muda de posição, novamente, agora se encontrando no canto superior esquerdo, com letra simples, dando mais destaque a imagem feminina. Na foto, a mulher aparenta estar em um ambiente interno, em um cômodo onde a luz do sol adentra por alguma fresta.

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=40198>>. Acesso em: 22 de maio de 2024.

**Figura 13** – Capa da edição número 50 da revista Fon-Fon!, em 16 de dezembro de 1939.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>28</sup>.

Em 1942, após o ataque da Alemanha aos navios brasileiros, conforme descrito no capítulo “Buzinando pelo Brasil: A revista Fon-Fon! no Estado Novo”, o Brasil declara guerra aos países do Eixo (Naiditch, 2015). Nesse momento, a Fon-Fon! sofre uma nova reformulação e passa a enaltecer o brasileiro guerreiro (Nahes, 2007). Embora a revista deixe a imagem da mulher como um tópico secundário em seu conteúdo, sua capa ainda destaca a imagem feminina. Assim, é impossível não questionar como a revista Fon-Fon! passou a representar essas mulheres brasileiras durante a luta do país na Segunda Guerra Mundial.

As capas do ano de 1942, conforme a análise de conteúdo descrita na Introdução desta monografia, foram classificadas em cinco categorias diferentes: “Patriotismo”, “A relação público/privado”, “Obliteração”, “Modernidade” e “Romantismo”. É importante destacar que uma mesma capa, por vezes, foi agrupada em diferentes categorias, por se encaixar em mais de uma temática.

Na categoria “Patriotismo”, foram agrupadas oito capas da revista Fon-Fon! de 1942, sendo elas as edições de número 33, 36, 38, 40, 41, 48, 49 e 50. O patriotismo pode ser considerado como um sentimento de amor à pátria, “consiste no desenvolvimento de um sentimento de autopreservação, em uma moral do dever, podendo envolver inclusive auto sacrifício” (Acton, 1985 apud Batista et. al, 2018, p. 2065). O patriotismo, como um fenômeno

<sup>28</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=101181>>. Acesso em: 23 de maio de 2024.

associado à representação coletiva de uma nacionalidade, “(...) seria caracterizado pelo amor e lealdade à nação e pelo orgulho de sentir-se parte de uma comunidade nacional” (Batista et. al, 2018, p. 2065). Nesse sentido, o sentimento de amor à pátria leva ao patriota o ato de criar símbolos que construam a identidade nacional, remetendo-se, no caso da Fon-Fon!, a signos e símbolos que indiquem uma brasilidade.

Assim, as capas agrupadas nesta categoria apresentam elementos que fazem referência aos símbolos do Brasil e ao patriotismo brasileiro. Manguel (2001) afirma que “(...) só podemos ver aquilo que, em algum feitio ou forma, nós já vimos antes. Só podemos ver as coisas para as quais já possuímos imagens identificáveis (...)” (p. 27). Sendo assim, os símbolos que fazem parte da identidade nacional são facilmente reconhecidos pois já são comuns na sociedade brasileira, como as cores verde, amarelo e azul, a bandeira do país, o brasão etc.

A edição número 33 de 15 de agosto de 1942 (Figura 14), como tal, apresenta uma mulher branca de cabelos castanhos, de pé em posição ereta, sorrindo. A mulher veste uma camisa de mangas até o punho azul, sem decote, e saia de comprimento que ultrapassa o joelho, também de cor azul. Segura um bolsa azul, usa chapéu preto, sapato fechado sem salto, maquiagem que ressalta os lábios e as bochechas. A figura feminina se apoia em uma cadeira marrom e aparenta estar em um ambiente fechado, de fundo amarelo. O logotipo da Fon-Fon! mescla dois tipos de fonte, uma parte em caixa alta e outra parte cursiva, na cor vermelha. Além disso, esta capa também apresenta o valor da revista, indica onde está localizado o molde da roupa dentro das páginas e há a assinatura da foto.

**Figura 14** – Capa da edição número 33 da revista Fon-Fon!, em 15 de agosto de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>29</sup>.

Durante a Segunda Guerra Mundial, com os homens na guerra, cabia as revistas femininas destacar o espírito patriota e guerreiro utilizando a imagem da mulher. “A imagem dá origem a uma história, que, por sua vez, dá origem a uma imagem” (Manguel, 2001, p. 24), assim, a mulher que aparece na Figura 12 foi utilizada para dar continuidade a uma narrativa que defende o espírito patriota e guerreiro brasileiro. O recorte da sua roupa é similar a um uniforme militar. Além disso, as cores utilizadas na capa são as mesmas da bandeira do Brasil, o amarelo e azul. Apesar de estar apoiada em uma cadeira, o movimento de suas pernas e braços e o breve sorriso no rosto indicam sua intenção de caminhada ou breve marcha para o futuro.

Na capa da edição n.º 50, de 12 de dezembro de 1942 (Figura 15), encontra-se uma mulher branca, apoiada em uma mesa branca, com um vestido verde com colarinho branco, de comprimento abaixo do joelho e repleto de botões. A mulher é branca de cabelos castanhos, usa sapato fechado alto preto, um cinto amarelado, com maquiagem marcante nas áreas das bochechas e boca. Como na edição n.º 33, a edição 50 também tem fundo amarelo, remetendo as cores da bandeira brasileira, assim como o verde de sua roupa.

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108207>>. Acesso em: 24 de maio de 2024.

**Figura 15** – Capa da edição número 50 da revista Fon-Fon!, em 12 de dezembro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>30</sup>.

A roupa usada pela figura feminina nessa edição, é bastante similar ao uniforme utilizado pelas enfermeiras, durante a Segunda Guerra Mundial (vide Figura 16). A cor verde militar, remete ao uniforme militar masculino, assim como os botões pretos alinhados no centro do vestido em um tamanho que chama atenção ao olhar. O cinto, apesar de mais fino e amarelo, e o recorte do colarinho e os bolsos com pestanas externas, ainda que em proporções distintas também fazem alusão ao uniforme militar.

<sup>30</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=109183>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

**Figura 16** – Uniforme oficial verde-oliva de passeio com jaqueta das enfermeiras da Força Expedicionária Brasileira.



Fonte: Bernardes (2019)<sup>31</sup>.

A figura 16 retrata a enfermeira da Força Expedicionária Brasileira (FEB), Lúcia Osório. A vestimenta da enfermeira possui bolsos com pestanas externas, botões pretos, jaqueta com cinto, camisa fechada com gravata e saia, além de luvas. No casaco, há um cinto e a enfermeira também usa um quepe na cabeça, que exibe um distintivo. Na referida fotografia, é possível identificar atributos semelhantes as vestimentas das capas das edições número 33 (Figura 14) e 50 (Figura 15).

Embora as enfermeiras, figuras femininas, ocupassem posições de destaque, durante a guerra, é possível observar que as representações femininas nas capas das revistas ainda estão restritas a um espaço interno (figuras 14 e 15), alheias as interações sociais. Historicamente, vale ressaltar, a figura masculina é representada como provedor da família e “O ambiente de guerra era tido como um lugar exclusivamente de presença masculina, o homem sustentava uma imagem de superioridade e heroísmo perante as mulheres no meio social” (Diemer e Morais, 2020, p. 2). Nesse contexto, cabia às mulheres o papel de dona de casa e mãe, proibidas de trabalhar e, em muitos casos, estudar.

<sup>31</sup> Saiba mais no artigo “Uniformes de enfermeiras do Exército Brasileiro: identidade visual na II Guerra Mundial”. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/reben/a/pJFFtjVqsSsZXrWWVFCFngw/?lang=pt&format=pdf> >.

Com o desenrolar da Segunda Guerra Mundial, as mulheres gradualmente passaram a ocupar ambientes públicos, exercendo funções que antes eram exclusivamente destinadas para os homens, como engenheiras, motoristas, etc (Diemer e Morais, 2020).

Mesmo dando um passo à frente, exercendo cargos e trabalhos tão importantes para aquele momento, as mulheres não deixaram de serem vítimas do machismo estrutural, estando ainda muito longe da igualdade de gêneros, não obstante, recebiam salários significativamente menores do que os homens, ainda sofrendo diversos preconceitos por parte de seus colegas de trabalhos (Diemer e Morais, 2020, p. 2).

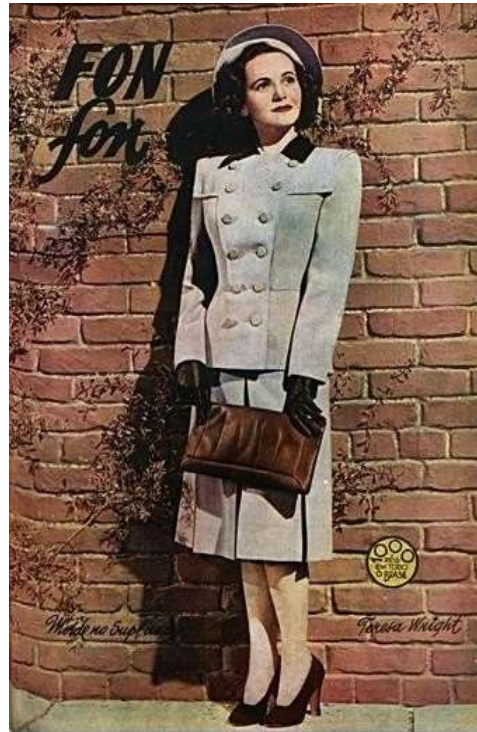
Espelhando esta transição do privado para o público, a categoria “Relação público/privado” contempla seis capas da Revista Fon-Fon! que demonstram a transição gradual da figura feminina do ambiente privado para o público, sendo elas as edições de número 38, 41, 42, 43, 46 e 51. Diante do preconceito sofrido por essas mulheres, o desconforto ao adentrar o espaço público fica evidente nas expressões das figuras femininas que estampam as capas da revista Fon-Fon!, como na edição 41 (Figura 17) de 10 de outubro de 1942. Ainda que esteja em um espaço aberto e público, a mulher branca está recolhida, apoiada em uma parede de tijolos. O sorriso singelo, as sobrancelhas franzidas e o posicionamento corporal, que transmite um sentimento de alguém que não gostaria de estar nesse ambiente, faz-se perceber frente a possível falta de pertencimento dessa mulher ao ambiente público.

Essa mulher tem cabelos escuros e usa maquiagem que ressalta as bochechas e os lábios. Ela veste um conjunto de camisa, chapéu e saia cinzas, bolsa de couro marrom, luvas pretas de couro, além de um sapato fechado de salto alto também na cor preta. A camisa tem duas filas de botões grandes e amarelos na parte central, mangas longas que vão até o punho e colarinho preto. A saia tem pregas invertidas e cobre até os joelhos.

A roupa exposta na figura 16 faz alusão ao uniforme de trabalho e a moda da época. O período de guerra no qual o mundo estava vivenciando levou a escassez de matéria-prima. Consequentemente, a moda tornou-se mais versátil, com menor quantidade de peças nos armários (Mendes e Haye, 2013 apud Chidid, 2007). Muitos modelos tinham ombros arredondados e mangas largas, cintura marcada e saias retas com pregas invertidas para facilitar o movimento<sup>32</sup>, como demonstrado na capa da edição nº 41 (Figura 17).

<sup>32</sup> Para saber mais, ler “A moda através das décadas – Dos anos 20 aos 00”. Disponível em: < <https://www.malhasconcordia.com/a-moda-das-decadas-dos-anos-20-aos-00/#:~:text=Logo%20as%20mulheres%20precisam%20de,invertidas%20para%20facilitar%20o%20movimento.> >. Acesso em: 05 de jun. de 2024.

**Figura 17** – Capa da edição número 41 da revista Fon-Fon!, em 10 de outubro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>33</sup>.

Fonseca (2019) aponta que “naquele momento, muitas delas precisaram lidar com a mudança de uma estrutura de vida que havia acabado de se reorganizar após os anos de Depressão Econômica e da reestruturação implementada (...)” (p. 520). Esse autor ainda ressalta que a mídia veiculava temas relativos as ocupações femininas dentro e fora do lar. “A essencialização do papel da mulher enquanto mãe era um dever enquanto participe da sociedade” (p. 536).

Outra imagem que apresenta a mulher fora dos espaços do lar é a capa da edição n.º 51 (Figura 18), de 19 de dezembro de 1942. Nessa capa, uma mulher branca usa chapéu, camisa longa de mangas médias, saia de comprimento abaixo dos joelhos, luvas brancas e sapato de salto alto. Ela segura uma bolsa e também usa pulseira. As roupas são em tom de bege com detalhes vermelhos e botões dourados, assim como o chapéu e bolsa. O sapato é branco com detalhes vermelhos. A figura feminina está localizada em um jardim, um espaço que se assemelha a um clube de socialização.

<sup>33</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108672>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

**Figura 18** – Capa da edição número 51 da revista Fon-Fon!, em 19 de dezembro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>34</sup>.

Entre a capa da revista número 41 e 51, há nove edições e dois meses de diferença. Analisando a postura corporal e a expressão facial da figura feminina nessa última capa, percebe-se que essa mulher simula estar mais à vontade em um espaço público do que no primeiro caso (Figura 17). O sorriso natural e a postura relaxada transmitem a sensação de pertencimento aquele local.

A próxima categoria leva como título “Romantismo” e agremia o maior número de capas analisadas, sendo elas, as edições 33, 35, 38, 40, 41, 45, 46, 48, 49 e 51, totalizando 10 exemplares. Historicamente, o romantismo é um movimento marcado pelo sentimentalismo, subjetivismo e pela idealização amorosa. Na moda, esse estilo resultou em peças de roupa acinturadas, que valorizem a silhueta, como mostra a capa da edição 45 (Figura 19), de 7 de novembro de 1942.

Na capa dessa edição, encontra-se uma mulher branca, de cabelos escuros. Com um regador amarelo, ela rega rosas que estão em sua frente na parte inferior da capa. A mulher veste um vestido de comprimento abaixo do joelho, acinturado, com decote em formato de coração. O vestido é branco, de mangas curtas e bufantes, tem adornos em formato de rosas lilás e detalhes na barra em preto. Ela usa luvas brancas, laço branco no cabelo e tem uma rosa no colarinho do vestido.

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=109240>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

**Figura 19** – Capa da edição número 45 da revista Fon-Fon!, em 7 de novembro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>35</sup>.

As roupas românticas ressaltam a delicadeza e a pureza dessa mulher, características atribuídas à feminilidade. Assim como cores claras e estampas florais. As mangas bufantes também são atribuídas ao romantismo e à delicadeza feminina. Afinal, a mulher não poderia deixar de ocupar a posição social de feminina, de um ser que precisa ser protegido.

A construção da imagem feminina a partir da natureza e das suas leis implicaria em qualificar a mulher como naturalmente frágil, bonita, sedutora, submissa, doce etc. Aquelas que revelassem atributos opostos seriam consideradas seres antinaturais (Engel, 2004, p. 278).

Mesmo com o fim da Segunda Guerra Mundial, a divisão entre o feminino e masculino continuaram bastante claras.

A mulher ideal era definida a partir dos papéis femininos tradicionais – ocupações domésticas e o cuidado dos filhos e do marido – e das características próprias da feminilidade, como instinto materno, pureza, resignação e doçura (Bassanezi, 2004, p. 509).

Outra capa que apresenta características românticas é a edição n.º 48 da Revista Fon-Fon! (Figura 20), de 28 de novembro de 1942. Nela está presente a figura de uma mulher branca, sentada, apoiando a cabeça em uma das mãos enquanto o cotovelo descansa sob uma das pernas. A figura feminina veste um vestido longo branco, com babados e faixas verdes. Ela usa sandália

<sup>35</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108895>>. Acesso em: 26 de maio de 2024.

de salto branco, pulseira de pérolas brancas e um laço branco na cabeça. O batom vermelho faz contraste com o fundo vermelho da foto, entregando também uma sensação de sensualidade. Além disso, embora as flores não estejam presentes na vestimenta, o cenário apresenta girassóis.

**Figura 20** – Capa da edição número 48 da revista Fon-Fon!, em 28 de novembro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>36</sup>.

Bizol e Silva (2018) apontam que a relação entre moda e sexualidade feminina é estreita. “Em sociedade, a postura sexual da mulher foi e ainda é julgada a partir de suas escolhas de vestuário. Essa leitura da mulher via moda pode demonstrar os limites que a sociedade, por meio dela, impõe à sexualidade feminina” (p. 333). A moda feminina também atua como um categorizador de grupos, deixando clara as diferenças entre classes sociais, consequentemente gerando preconceito com grupos marginalizados.

A elegância comportaria a moda identificada com as classes dominantes representando aquilo tipo como “se vestir bem, de forma adequada e com estilo”. Já a vulgaridade representaria a moda que partiria das classes inferiores e marginalizadas, somado também a uma inadequação no vestir que está diretamente relacionada a um ideal de virtude feminina (Bizol e Silva, 2018, p. 337).

Ainda segundo essas autoras, a elegância é o “conceito pelo qual a moda se expressa, propõe como regra fundamental a adequação (entre vestuário e situação, horário, estação, ambiente, etc), indicando o que é permitido ser visto, o que merece ser insinuado e, sobretudo,

<sup>36</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=109068>>. Acesso em: 26 de maio de 2024.

o que deve ser resguardado” (p. 333-334). Mesmo que a moda ainda seja agente categorizador de grupos, atrelada à educação, ela inspirou a trajetória das voluntárias da Legião Brasileira de Assistência -LBA (Simili, 2008).

No Brasil, não por acaso, em 1942, a primeira dama Darcy Vargas criou a LBA, com objetivo de auxiliar os soldados e seus familiares (Simili, 2008). A equipe de assistência era composta, principalmente, por mulheres da elite e classe média carioca, que desenvolviam cursos preparatórios, como por exemplo os de formação de voluntárias da defesa passiva<sup>37</sup>, de alimentação, socorrista, educadoras sociais, etc (Simili, 2008).

Além disso, essas mulheres se distribuíam em atividades como costura, produção de bandagens, etc. “A Legião Brasileira de Assistência foi concebida como uma instância pedagógico-cultural que educava mulheres e produzia moda” (Simili, 2008, p. 444), com a produção de roupas para as famílias dos soldados. A instituição foi responsável pelo aparecimento de vários tipos de trajés femininos, como a saia-calça, utilizada no uniforme das voluntárias.

Na LBA, as mulheres continuavam ocupando o espaço de cuidadora, cuidando “dos bens da nação”, sendo pessoas e edificações. Assim, as mulheres aprendiam tanto para o cuidado do lar, como para os cuidados com a nação.

Cuidar da matéria (roupas, artefatos médicos) e do espírito (as madrinhas, as comunicadoras pela voz) tornaram-se ocupações femininas, evidenciando a maneira pela qual os sentimentos altruístas e o sentimentalismo concebidos pelos homens como “próprios e naturais” ao feminino encontrou naquele período as condições para ensinar às mulheres que o amparo físico e emocional do masculino caminham juntos e pertencem à esfera da atuação feminina (Simili, 2008, p. 454-455).

Simili (2008) ainda destaca que com essas atividades exercidas na LBA, as mulheres puderam ter acesso a ambientes que não eram convidativos à presença feminina, como a participação na guerra, serviços sanitários e sociais. Porém, ainda que participassem, a função desempenhada pela mulher era sempre de algo voltado para o lar.

A presença feminina fora do lar é justificada pelas necessidades da guerra, somente assim a participação feminina é permitida, porque no âmbito da instituição, tal como na família, as mulheres deviam dedicar-se aos cuidados com os outros (Simili, 2008, p. 456).

A penúltima categoria atribuída as capas da Revista Fon-Fon! analisadas é “Modernidade” e contempla a menor quantidade de exemplares, sendo apenas as edições 42,

<sup>37</sup> “As voluntárias da Defesa Passiva foram mulheres preparadas para o enfrentamento relativo à segurança da população e dos bens materiais: edificações, monumentos que podiam ser abatidos e/ou afetados em caso de bombardeios ao país, particularmente, nas grandes capitais (...)” [Simili, 2008, p. 453].

43, 46 e 51, totalizando quatro capas. As figuras que se enquadram nessa categoria apresentam quebra no padrão de vestimenta que vinha sendo construído ao longo dos anos. Veillon (2004) aponta que “a guerra mudou o panorama da moda, tendo as francesas como uma das principais personagens. Elas tiveram que adotar práticas criativas, produtoras de novas maneiras de compor o visual e constituidoras de novas tendências e estilos de moda” (apud Simili, 2008, p. 442). Uma maneira de representar esse momento o qual as mulheres estavam vivendo se revela na moda por meio de características que exibem peculiaridades no contexto e valores da sociedade analisada.

*Ela é dinâmica por receber forte influência do contexto em que se insere, modifica-se a partir do momento em que a cultura, a política, a economia e a sociedade sofrem transformações. Por outro lado, a moda também é uma forma de expressão pessoal, assim, o indivíduo faz suas escolhas, guiado não só por seus gostos, mas também pela realidade que o cerca (Araujo e Leoratto, 2013, p. 724).*

Durante a Segunda Guerra Mundial, os uniformes militares masculinos influenciaram fortemente a moda da época. Considerando que as mulheres passaram a auxiliar homens da guerra e suas famílias, além de passarem a ocupar posições de trabalho, que antes eram vistas apenas como masculinas, as vestimentas femininas passaram a apresentar maior praticidade e conforto, como demonstra a modelo na capa da edição n.<sup>o</sup> 42 (Figura 21).

Na capa dessa última edição, encontra-se uma mulher branca sentada em uma varanda, em uma pose descontraída. A mulher tem uma das pernas levantadas, segura o joelho e sorri, enquanto apoia as costas em uma pilastra. Ela veste camisa de mangas longas, com listras vermelhas e brancas, laço no colarinho, tem cabelo castanho escuro, maquiagem forte ressaltando as bochechas e os lábios, unhas com esmalte em tom escuro, sapato baixo em tom marrom. Porém, o que chama atenção, na vestimenta da mulher, é a bermuda em tom mostarda, de comprimento na altura do joelho. A bermuda é uma peça inédita nas capas da Fon-Fon! e aparece pela primeira vez nessa edição.

**Figura 21** – Capa da edição número 42 da revista Fon-Fon!, em 17 de outubro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>38</sup>.

Esse tipo de bermuda era chamado por Simili (2008) de saia-calça, peça que hoje é conhecida como pantacourt, e, como dito anteriormente nesse capítulo, aparece no uniforme das voluntárias da LBA (Figura 22). Com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, a peça surgiu em um momento no qual as mulheres necessitavam de roupas mais confortáveis para trabalhar (Fonzar, 2016). Devido ao racionamento de gasolina durante a guerra, a bicicleta passou a ser mais utilizada como meio de transporte, impulsionando ainda mais o uso das saias-calça, que oferecia maior mobilidade as mulheres (Chidid, 2007).

<sup>38</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108729>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

**Figura 22** – Formatura das mulheres voluntárias da LBA.



Fonte: Creas – Centro de Referência da Assistência Social, RJ<sup>39</sup>.

Nos anos 1940, as calças são vistas como parte do universo masculino e inapropriada para as mulheres, porém, a inserção da figura feminina na guerra, um espaço majoritariamente masculinizado, levou a adaptação dessas vestimentas (Bernardes et. al, 2019). A adaptação da saia para a calça foi assunto que gerou bastante debate na época.

(...) O uso de calças, que era particularmente controverso entre as mulheres, passava a ser requerido como sinal de modernidade em um contexto no qual as identidades de mulheres e homens eram definidas e fixadas por marcadores físicos, culturais, psicológicos e intelectuais (Bernardes et. al, 2019, p. 122).

A bermuda aparece novamente, em uma versão mais curta, e pela última vez no ano de 1942, na edição n.º 43 da revista Fon-Fon! (Figura 23), de 24 de outubro de 1942, juntamente com uma nova peça: as sandálias abertas. Na Figura 22, a mulher branca está vestindo uma bermuda azul, de comprimento acima do joelho, tem cabelos castanhos curtos. Ela usa uma camisa de botões listrada em branco, vermelho e laranja, blazer vermelho e cinto. A maquiagem, assim como na edição anterior, ressalta as bochechas e boca. A figura feminina se encontra ao ar livre, em um jardim, apoiada a um tronco de uma árvore.

Quanto ao uso das sandálias abertas, não há muitos estudos. O que se sabe é que os sapatos do tipo plataforma se popularizaram pela influencia da cantora Carmem Miranda (Silva, 2009). Segundo Chidid (2007), os sapatos também tomam uma forma visual mais pesada “tanto pela influência dos sapatos masculinos como pelos produtos alternativos usados nos consertos como, por exemplo, borracha, pneus velhos, palha ou a sola de madeira” (p. 4).

<sup>39</sup> Arquivo Creas – Centro de Referência da Previdência Social. Rio de Janeiro (2002).

**Figura 23** – Capa da edição número 43 da revista Fon-Fon!, em 24 de outubro de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>40</sup>.

As figuras femininas dessas duas edições analisadas representam quebra no padrão engessado de moda que vinha se apresentando ao longo dos anos anteriores nas capas da Revista Fon-Fon!. Diferente das figuras que aparecem nas capas das categorias “Patriotismo” e “Relação público/privado”, as mulheres dessas duas últimas capas estão mais relaxadas, em poses de descontração e roupas confortáveis. Outro ponto que pôde ser observado é que as roupas não fazem mais referência ao uniforme militar masculino e sim ao momento de transformação que o público feminino vinha vivenciando, ao se inserir em contextos que anteriormente eram majoritariamente ocupados por homens. “O guarda-roupa feminino tornou-se mais sóbrio, austero e prático, pois o essencial era ter somente o que fosse preciso para uma possível fuga no caso de um alerta” (Chidid, 2007, p. 3).

Por fim, após analisar todas as capas, é possível observar a falta de representatividade de outras figuras femininas. Assim, criou-se a categoria “Obliteração”, que contempla todas as 15 capas da Revista Fon-Fon! do ano de 1942 decompostas. Obliteração, segundo o *Estraviz*<sup>41</sup>, dicionário on-line de português, é um substantivo feminino, que também significa eliminação, anulação, desaparecimento e extinção. Esse conceito foi selecionado como uma categoria de análise de conteúdo porque observa-se que nessas capas há a anulação de diversas

<sup>40</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108787>>. Acesso em: 26 de maio de 2024.

<sup>41</sup> Disponível em: < <https://www.estraviz.org/oblitera%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 07 de jun. de 2024.

representações femininas presente na sociedade brasileira dos anos 1940, para além da mulher branca burguesa atenta a moda e a Segunda Guerra Mundial.

Entre os grupos de mulheres anuladas das capas estudadas, estão as mulheres negras que também são apagadas da sociedade brasileira, nas páginas da história, e postas em um lugar de sobrevivência. Devido a pobreza e discriminação, as mulheres negras eram forçadas a adotar estratégias de sobrevivência.

Entre as mulheres negras, acostumadas aos percalços da vida, não havia muito espaço para a imagem da esposa passiva, submissa ao marido e dedicada exclusivamente ao lar. A preocupação maior era que a mulher tivesse meios de obter uma fonte de renda e não ficasse dependente do economicamente do companheiro (Nepomuceno, 2013, p. 188).

Assim como na economia, na educação, a exclusão do sistema educacional recaía com maior gravidade sobre as mulheres negras, “com um índice de alfabetização de 15,29%, o menor dentre a população daquele período” (Nepomuceno, 2013, p. 191). Na condição de mulher do lar, chefe de família, a mulher negra já sustentava seus filhos muito antes desse tópico ganhar visibilidade socialmente, contudo como ainda aponta Nepomuceno (2013), nas primeiras décadas do século XX, era comum o dizer “branca para casar, mulata para f..., negra para trabalhar”.

Outras representações femininas excluídas das capas da revista *Fon-Fon!* são as mulheres indígenas, idosas e gordas. Na cultura indígena, a figura de poder depende do povo em questão. Por exemplo, Kaingáng (2013) explica que “no caso dos povos jês, os homens têm o poder formal”, pois são povos patrilineares<sup>42</sup>. Já os povos tupis, essa autora explica que “quem tem o poder, pelo menos historicamente, são as mulheres, porque eles são matrilineares<sup>43</sup>” (p. 200). Porém, a liderança política tradicional é quase sempre exercida pelos homens, sendo raras as exceções.

A negação de espaços e a disputa política com os homens são ainda muito difíceis de ser superadas. (...) Para a maioria dos grupos indígenas, onde os homens ainda não admitem que as mulheres ocupem papéis políticos de destaque, relegando a elas sempre um lugar secundário, como forma de reforçar a sua autoridade. Isso continua a ocorrer mesmo que as mulheres se revelem grandes líderes (Kaingáng, 2013, p. 203).

No caso das mulheres idosas, a idade avançada muitas vezes leva ao discurso da incapacidade.

Quando o foco é a demonstração de sua capacidade física e não mais a possibilidade de simplesmente utilizar um salto alto. O controle sobre o corpo se

<sup>42</sup> “Quem dá a identidade ao filho é o pai” (Kaingáng, 2013, p. 200).

<sup>43</sup> “Quem dá a identidade aos filhos é a mãe” (Kaingáng, 2013, p. 200).

configura de forma marcante exigindo da atriz os cuidados com os aspectos básicos de saúde. A beleza corporal não é mais primazia nesse momento (Pereira, 2020, p. 101).

Uma capa que chama bastante atenção é a edição n.º 34 da Revista Fon-Fon! (Figura 24), de 22 de agosto de 1942. A mulher branca tem cabelos pretos, maquiagem escura nos olhos e lábios. Veste blusa de mangas longas, luvas e saia abaixo do joelho. Usa bolsa e sapato de salto alto preto, além de um véu. Todas as peças de roupa que a figura veste são da cor preta. Sem nenhum motivo aparente, a ausência de cores vibrantes na capa chama a atenção, chegando até a transmitir sentimento de luto.

**Figura 24** – Capa da edição número 34 da revista Fon-Fon!, em 22 de agosto de 1942.



Fonte: Hemeroteca Digital (2024)<sup>44</sup>.

A capa possivelmente transmite o luto da população brasileira a morte de mais de 742 pessoas, após a Marinha Alemã afundar 21 navios brasileiros, e o momento de tensões que o país estava prestes a vivenciar. A data oficial de lançamento da edição n.º 34, 22 de agosto de 1942, é a mesma na qual o Brasil declarava oficialmente guerra ao Eixo e entrava na Segunda Guerra Mundial. Oswaldo Aranha (apud Barone, 2013), diplomata brasileiro, realizou um discurso oficial de declaração de guerra, no qual disse:

A situação criada pela Alemanha, praticando atos de beligerância, bárbaros e desumanos contra a nossa navegação pacífica e costeira, impões uma reação à altura dos processos e métodos empregados contra oficiais, soldados, mulheres, crianças e navios do Brasil (p. 24).

<sup>44</sup> Disponível em: < <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=108266>>. Acesso em: 26 de maio de 2024.

Outra questão que merece evidência, após analisar todas as edições selecionadas, é a solidão das mulheres em destaque nas capas da Revista Fon-Fon!, visto que elas estão sempre sozinhas. Esse fato não condiz com o momento de integração que as mulheres passavam na época. Durante a guerra, como visto nesse capítulo, as mulheres participavam de associações, ocupavam trabalhos de motorista, enfermeira, interagiam com outras famílias de soldados. Sendo assim, como essas mulheres poderiam estar sozinhas? Embora seus maridos estivessem na guerra, essas mulheres tinham uma as outras para lhes fazerem companhia.

Outro ponto que chama atenção nas figuras das capas é que todas as mulheres escolhidas tem cabelos escuros. Para Perrot (2007), “a mulher é, antes de tudo, uma imagem. Um rosto, um corpo, vestido ou nu. A mulher é feita de aparências” (p. 49). Os cabelos femininos exalam a sedução feminina. “Há uma erotização dos cabelos das mulheres, principalmente no século XIX, grande século do esconder/mostrar, que fortalece o erotismo” (Perrot, 2007, p. 55).

Ainda que no momento da guerra as mulheres passem por um momento de transformação em seu lugar em sociedade, as capas da revista Fon-Fon! não expressam esse momento de força e significado. As capas ainda são construídas através do olhar masculino e machista, reflexo de uma gestão editorial composta apenas por homens.

O olhar masculino pode ser visto nas roupas, na maquiagem, no cabelo feminino e na maneira que elas são posicionadas para fotografias. As roupas são construídas a alusão das roupas masculinas; quando fora do ambiente do lar, essas mulheres se mostram desconfortáveis; se estão ocupando espaço sociais, a justificativa é que serviria também de treinamento para o cuidado do lar.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da pesquisa, foi possível refletir sobre alguns tópicos. Descrevemos como são construídas as representações sociais a partir das interações sociais, por compreender que seu estudo é relevante para assimilar o desenvolvimento do pensamento individuais e do coletivo. Além disso, também foi possível refletir sobre a relação das representações sociais com a construção dos estereótipos, que, por sua vez, podem ser compreendidos como padrões que influenciam nas visões do homem sobre algum segmento da sociedade. Este homem, guiado pelos estereótipos, acaba buscando a aceitação social.

Os estereótipos também podem ser atrelados a formação de preconceitos sociais. Os meios de comunicação, com seu caráter formador de opinião, também podem reforçar a criação de uma representação estereotipada sobre algo, assim, contribuindo para exclusão da imagem feminina.

O ser mulher é algo que é construído socialmente, além do sexo biológico. Assim, ao longo da história, as representações do “ser mulher” foram sendo modificadas. No século XIX, surge o que se chama de uma nova mulher na sociedade burguesa. O nome leva a crer algo moderno, a representação de uma mulher moderna, algo nunca visto antes. Porém a nova mulher nada mais era que a representação de uma figura dedicada ao lar, esposa e mãe exemplar, o ideal de retidão.

Ainda no século XIX, mesmo com as transformações e modernizações que vinham acontecendo no mundo ocidental, o papel das mulheres perante a sociedade não se modifica. A mulher ainda é colocada em uma posição machista, na qual é impedida de participar da vida pública e é mantida em uma situação de ignorância. Essas mulheres, quando permitidas de ocuparem um ambiente público, eram convidadas a reforçar a imagem de seus maridos como bons homens.

Mesmo com a entrada de um novo século, o XX, as mulheres ainda sofriam as consequências de uma sociedade machista. As atividades nos primeiros anos do novo século eram voltadas para que as mulheres conseguissem um bom casamento e que construíssem suas famílias. Os trabalhos eram divididos como “femininos” e “masculinos” e, para as mulheres, eram destinadas as funções que eram consideradas menos arriscadas, como o magistério, pois, socialmente, a mulher era vista como um ser frágil, que precisava ser protegido. O trabalho pesado, nas fábricas, ficava reservado a parcela de mulheres mais pobres, que necessitavam cuidar da própria sobrevivência, como as mulheres negras, que eram vistas muitas vezes como selvagens.

Representar uma mulher que apenas cuida da própria sobrevivência como “selvagem” é reflexo do preconceito social construído pelos estereótipos sociais. Nos séculos que foram mencionados até então, a imagem do feminino era atrelada à submissão. Mulheres independentes eram vistas como uma ameaça ao que era considerado feminino.

As revistas eram meios de comunicação de alto consumo na época. O tipo de escrita menos séria e o conteúdo diverso, fez com que esses periódicos se popularizassem rapidamente no século XIX. Com a popularização desse meio de comunicação, diversas revistas surgem. Assim, nascem as revistas femininas, um gênero com conteúdo destinado às mulheres. Ainda que a primeira revista tenha surgido no Brasil, em 1812, a primeira revista feminina só foi criada 15 anos depois, mais uma vez deixando os interesses femininos em segundo plano.

Mas qual seriam os interesses do público feminino? Segundo as publicações da época, os gostos femininos se reduzem a costura, moda e relacionamentos. Uma visão totalmente masculinizada dos interesses das mulheres. Essa perspectiva masculinizada é um reflexo natural de quem estava a frente dos periódicos femininos. Na maior parte, como pode ser visto ao longo da pesquisa, eram homens quem ocupavam a gestão dessas publicações, mesmo sendo destinadas a mulheres.

Os periódicos que quebravam esse padrão, exaltando uma mulher guerreira e reforçando o papel importante que a mulher tem na sociedade, tinham uma duração curta, como o “Espelho Diamantino”. Em revistas como a “Revista Feminina”, comandada por uma mulher e que contava com a contribuição de mulheres, ainda assim as questões femininas eram reduzidas a superficialidade, excluindo algumas questões, como a situação das mulheres trabalhadoras. Além disso, as mulheres negras só apareciam nas páginas do periódico quando vistas como serviçais.

A Revista Fon-Fon!, objeto de estudo desta pesquisa, foi um importante periódico da sociedade carioca. A revista passou por diversas gestões e, mesmo se apresentando como um periódico para o público feminino, sempre foi dirigido por homens. Durante a Era Vargas, a revista continua fazendo o seu papel de ditadora de condutas femininas, condizendo com as ideias do então presidente. As publicações reafirmavam a representação de uma mulher mãe, dona de casa e esposa exemplar, divulgando modelos de comportamento e beleza.

As mulheres mais carentes não encontravam espaço nas páginas da revista, já as mulheres burguesas, quando destacadas, era sempre em posições consideradas de formação para o lar. Com o início da Segunda Guerra Mundial e a entrada do Brasil no grupo dos Aliados, a Fon-Fon! sofre uma reformulação. Na nova versão, espera-se que a revista dê mais visibilidade a representação de mulheres em espaços fora do lar, que antes era ocupado apenas

por homens, visto que a figura masculina vai a guerra e as mulheres passam a ter que fazer o papel considerado do homem na sociedade.

Ao analisar as capas da revista Fon-Fon! no ano inicial da participação do Brasil no grande conflito, é possível perceber que as mulheres ali ainda são representadas através de uma perspectiva masculinizada. Na categoria “patriotismo”, as capas destacam o uniforme militar masculino e as mulheres estão reclusas dentro do lar. As figuras femininas destacadas nessa categoria foram usadas exclusivamente para ressaltar o homem herói, patriota e guerreiro.

Com o desenrolar do conflito, é natural que mais homens fossem a guerra e as mulheres passassem a ocupar espaços públicos. Assim, a categoria “relação público/privado” contempla as capas que refletem a transição da figura feminina de espaços privados para públicos. Porém, essas mulheres que sempre foram educadas para serem mães, donas de casa, esposas perfeitas do lar, não se sentem confortáveis ao ocupar ambientes que não lhes são bem vistos. Esse desconforto pode ser visto nas capas que estampam mulheres fora de seus lares.

As capas dessa categoria não refletem esse momento de quebra de paradigmas que as mulheres estão vivendo. As mulheres desse período trabalham em fábricas, como motorista, são professoras e vão ao teatro. Mas, nas capas, as mulheres são vistas apenas em varandas, apoiadas em paredes ou árvores, em clubes de socialização, nunca em espaços considerados masculinos.

As capas da categoria “romantismo” são as que mais se aproximam da realidade machista no qual as mulheres estavam inseridas. Nessas capas, as figuras femininas de destaque são retratadas de acordo com o que era considerado elegante na época. Roupas claras, que refletem a pureza do ser feminino, estampas florais, característica atribuída a feminilidade, e, o mais evidente, retidas as quatro paredes de um ambiente fechado.

Na categoria “modernidade”, as capas deveriam representar mulheres ocupando esse espaço considerado masculino. Ao contrário disso, o maior símbolo de modernidade presente está nas vestimentas femininas. A bermuda aparece, uma peça inédita nas capas da revista Fon-Fon!, devido a necessidade de conforto das mulheres. Porém, a bermuda é vista como parte do universo masculino, o que gerou debate na época.

Na última categoria, a “obliteração”, se encontram todas as capas pela falta de representação de outros tipos de mulheres, além da mulher branca, jovem e burguesa. Mulheres negras e sua luta por sobrevivência não ganham espaço, mulheres idosas não são vistas como um ser de desejo masculino, assim também são apagadas das capas e até na cultura indígena, a mulher também sofre com o machismo e não ganha espaço nas capas da Fon-Fon!

Após analisar todas as capas, percebe-se que mesmo que no período da guerra aconteça um momento de transformação social para as mulheres, a figura feminina continua sendo representada de maneira machista e através do olhar masculino de seus editores. Esses pensamentos são refletidos nas capas, o elemento paratextual de maior destaque em uma revista. As mulheres das capas estão sozinhas, desconfortáveis e vestidas de acordo com o estereótipo construído socialmente de mãe dona de casa. Sendo assim, mesmo que quebrando paradigmas sociais, a mulher é sempre colocada a sombra do homem.

## 7. REFERÊNCIAS

- A moda das décadas – dos anos 20 aos 00. **Malhas Concordia**. Disponível em: < <https://www.malhasconcordia.com/a-moda-das-decadas-dos-anos-20-aos-00/#:~:text=Logo%20as%20mulheres%20precisam%20de,invertidas%20para%20facilitar%20o%20movimento.>>. Acesso em: 08 de jun. de 2024.
- ABREU, Karen; BAPTISTA, Íria. A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. **Revista Científica Plural**, v. s/n, 2010, p. 1-27.
- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALVES, Maria. Feminismo e mulheres na resistência à ditadura brasileira de 1964-1985. **Em Pauta**, Rio de Janeiro, vol. 19, n. 47, p. 50-65, 2021.
- ANDRADE, Sandra. Mídia impressa e educação de corpos femininos. *In*: LOURO, G; FELIPE, J; GOELLNER, S. (org.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 9º ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013. p. 109-123.
- ARAÚJO, Denise; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, vol. 35, n. 3, p. 717-739. 2013. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/rbce/a/8BSXZbDtwPmLd7y9Dy3fSTp/?format=pdf&lang=pt>> . Acesso em: 25 de maio de 2024.
- AZEVEDO, Fernanda. O conceito de patriarcado nas análises teóricas das ciências sociais: uma contribuição feminista. **Dossiê Múltiplos Olhares sobre Gênero**, vol. 13, n. 1, p. 12-20, 2016.
- AZEVEDO, Silvia Maria. A Revista Feminina e a moda em tempos de guerra (1914-1918). **Dobras**, n. 29, vol. 14, p. 122-143, 2020. Disponível em: < <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1140/623>>. Acesso em: 06 de maio de 2024.
- AZUBEL, Larissa. Jornalismo de revista: um olhar complexo. **Rumores**, vol. 7, n. 13, 2013, p. 257-274.
- BACCEGA, M. A. O estereótipo e as diversidades. **Comunicação & Educação**, n. 13, 1998, p. 7-14. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36820>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- BARBOSA, Everton. **O Jornal das Senhoras: Conexões culturais femininas pelo Atlântico em meados do século XIX**. *In*: XXVIII Simpósio Nacional de História, 2013, Natal. Disponível em: < [https://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364605779\\_ARQUIVO\\_jornal\\_das\\_senhoras.pdf](https://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364605779_ARQUIVO_jornal_das_senhoras.pdf)>. Acesso em: 03 de maio de 2024.
- BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BARONE, João. **1942: O Brasil e sua guerra quase desconhecida**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.
- BARROS, Antônio; TARGINO, Maria das Graças. **A análise de conteúdo como método qualitativo na pesquisa em Comunicação**. Brasília, 2000.
- BARROS, Antonio; TARGINO, Maria. **A análise de conteúdo como método qualitativo na pesquisa em Comunicação**. Brasília, 2000.
- BARROS, Neide; SOARES, Ana. As propagandas da Revista Feminina (1914-1936): A invenção do mito da beleza. **Oficina do Historiador**, n. 1, vol. 7, p. 106-120, 2014. Disponível em: < <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/oficinadohistoriador/article/view/14655/11562>>. Acesso em: 06 de maio de 2024.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. *In*: DEL PRIORE, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 508-535

- BATISTA, J. R. M.; ESTRAMIANA, J. L. A.; FERREIRA, A. S. S.; LEITE, E. L.; TORRES, A. R. R. Nacionalismo, patriotismo e essencialismo na construção da identidade nacional brasileira. **Temas em Psicologia**, vol. 26, n. 4, p. 2063-2075. 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/tpsya/4ZsrfsjJRS3yZNyyW9rnWxD/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 23 de maio de 2024.
- BAUER, Martin W; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p. 17-35.
- BEAUVOIR, Simone. **O Segundo Sexo II: A Experiência Vivida**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.
- BERÇOT, Fernando. **O Espelho Diamantino e os exemplos de virtude feminina no Rio de Janeiro do Primeiro Reinado (1827-1828)**. 2012. Disponível em: <[https://www.encontro2012.rj.anpuh.org/resources/anais/15/1338382423\\_ARQUIVO\\_FernandoBercot-textocompleto.pdf](https://www.encontro2012.rj.anpuh.org/resources/anais/15/1338382423_ARQUIVO_FernandoBercot-textocompleto.pdf)>. Acesso em: 01 de maio de 2024.
- BERNARDES, M. M. R.; OLIVEIRA, A. B.; KAMINITZ, S.; GOMES, A. M. T; MARQUES, S. C.; PORTO, F. Uniformes de enfermeiras do Exército Brasileiro: identidade visual na II Guerra Mundial. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Rio de Janeiro, vol. 72, n. 1, p. 118-124. 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/reben/a/pJFFtjVqsSsZXrWWVFCFngw/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.
- BEZERRA, A. K; MACÊDO, C. A.; SOUSA, H. L. **Espelho Diamantino e Vogue Brasil: Uma análise da imagem da mulher na sociedade**. 2014. Disponível em: <<https://cesrei.edu.br/site/wp-content/uploads/2015/08/CESREI-espelho-diamantino-e-vogue-brasil.pdf>>. Acesso em: 01 de maio de 2024.
- BOIZOL, Fernanda; SILVA, Elisabeth. Sexy sem ser vulgar: entre a docilidade e o inconformismo. **Caderno Espaço Feminino: Minas Gerais**, vol. 31, n. 2, 2018, p. 333-355.
- BOM, Olga. Vestindo a modernidade: revistas ilustradas, moda e consumo no Rio de Janeiro. **Mediação**, vol. 20, n. 27, 2018, p. 149-166. Disponível em: <<http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/6187>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- BONET, Fernanda. **Autoritarismo e nacionalismo: o discurso oficial sobre o envolvimento do Brasil na Segunda Guerra Mundial, através das páginas da revista “Cultura Política”**. Porto Alegre, 2010, 251p.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. 160p.
- CAMARGO, Brígido; WACHELKE, João. Representações sociais, representações individuais e comportamento. **Revista Interamericana de Psicologia**, vol. 41, n. 3, p. 379-390, 2007. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-96902007000300013#:~:text=Segundo%20Moscovici%20\(1961\)%2C%20a,e%20dotadas%20de%20certa%20estabilidade.>](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-96902007000300013#:~:text=Segundo%20Moscovici%20(1961)%2C%20a,e%20dotadas%20de%20certa%20estabilidade.>)>. Acesso em: 28 de abr. de 2024.
- CARLOTO, Cássia Maria. O conceito de gênero e sua importância para a análise das relações sociais. **Serviço Social em Revista**, vol. 3, n. 2, p. 201-213, 2001. Disponível em: <<https://www.uel.br/revistas/ssrevista/n2v3.pdf>> . Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- CHIDID, Isis. Segunda Guerra Mundial: Influência Bélica no Consumo e na Linguagem das Modas. In: Colóquio de Moda, 2007. **Anais eletrônicos [...]** São Paulo: ABPEM, 2007, p. 1-6. Disponível em: <[https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202007/5\\_08.pdf](https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202007/5_08.pdf)>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- COCHECK, Kathlee. **A representação da mulher em revistas femininas**. 2015. 171p. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) - Setor de Arte, Comunicação e Design. Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2015.

- CORDEIRO, Cícero. Pai dos pobres?: O Brasil e a Era Vargas. **Revista Examãpaku**, vol. 3, n. 2, p. 1-4, 2010. Disponível em: <<https://revista.ufr.br/examapaku/article/view/1499>>. Acesso em: 26 de abr. de 2024.
- COUTINHO, Talia. Veja como o romantismo na moda se apresenta nas peças de inverno. **Modelle**, 2020. Disponível em: <<https://blog.modelle.ind.br/romantismo-na-moda/#:~:text=A%20transpar%C3%Aancia%20%E2%80%94%20assim%20como%20as,a%20pe%C3%A7a%20ainda%20mais%20feminina.>>. Acesso em: 26 de maio de 2024.
- D'INCAO, Maria. Mulher e família burguesa. In: DEL PRIORE, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 187-201.
- D'AMORIM, Maria Alice. Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 3, p. 121-134, dez. 1997. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-389X1997000300010&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X1997000300010&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 25 de abr. de 2024.
- DANTAS, Carolina. Fon Fon. **Dicionário histórico-biográfico da Primeira República (1889-1930)**, n. 1, p. 3742-3744, 2015.
- DIEMER, Cristina; MORAIS, Carolina. Força feminina: o papel das mulheres na Segunda Guerra Mundial e a redefinição da mulher na sociedade. **Salão do Conhecimento**, vol. 6, n. 6, 2020. Disponível em: <<https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/18314>>. Acesso em: 25 de maio de 2024.
- DRUMONT, M. P. Elementos para uma análise do machismo. **Perspectivas**, São Paulo, 3: p. 81-85, 1980.
- DUARTE, Constância Lima. **Imprensa feminina e feminista no Brasil: Século XIX – Dicionário ilustrado**. 1ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- DURKHEIM, E. **As regras do método sociológico**. 13 ed., São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1987.
- ENGEL, Magali. Psiquiatria e feminilidade. In: DEL PRIORE, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 270-303.
- FARIA, Maria Alice; ZANCHETTA, Juvenal. **Para ler e fazer o jornal na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2002.
- FERNANDEZ, Brena. Avanços e retrocessos da participação feminina no mercado de trabalho brasileiro nas décadas de 1920/40/50: o que mudou entre o pré e o pós Segunda Guerra Mundial?. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, n. 30, vol. 15, p. 136-157, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/15694/10471>>. Acesso em: 05 de maio de 2024.
- FERREIRA, Vivian Marcelo. Moda e condição feminina: o papel da mulher na modernidade carioca. In: **Simpósio Nacional de História**, n. 28, 2015, Florianópolis. Disponível em: <[https://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1434292234\\_ARQUIVO\\_ArtigoparaANP\\_UH-VivianMarcelloFerreira.pdf](https://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1434292234_ARQUIVO_ArtigoparaANP_UH-VivianMarcelloFerreira.pdf)>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- FERREIRA, Vívian. Vozes femininas na Fon-Fon: O que dizem as mulheres?. In: XVII Encontro de História, 2016, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos** [...] Rio de Janeiro: Anpuh, 2016, p. 1-11. Disponível em: <[https://www.encontro2016.rj.anpuh.org/resources/anais/42/1466869020\\_ARQUIVO\\_ArtigoA\\_NPUHVivianMarcello.pdf](https://www.encontro2016.rj.anpuh.org/resources/anais/42/1466869020_ARQUIVO_ArtigoA_NPUHVivianMarcello.pdf)>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- FLORES, Giovanna. **O Jornal das Senhoras e a subjetivação do feminino no jornal dedicado as mulheres**. In: 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia, 2014, Florianópolis. Disponível em: <<https://alcarsul2014.sites.ufsc.br/wp-content/uploads/2014/10/gthistoriografiadamidia-Giovanna-B-Flores.dc-1.pdf>>. Acesso em: 03 de maio de 2024.

- FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 280-303.
- FONSECA, Renan. “Você será mobilizada (o)!”: gênero e trabalho na Segunda Guerra Mundial – Estados Unidos e Brasil. **Antíteses**, vol. 12, n. 24, p. 517-542. 2019. Disponível em: < <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/antiteses/article/download/38010/26846>>. Acesso em: 23 de maio de 2024.
- FONZAR, Mirella. **Direto dos anos 1940, Calça-Saia retorna ao guarda-roupa das amantes do retrô**. 2016. Disponível em: < <https://universoretro.com.br/direto-dos-anos-1940-calca-saia-retorna-ao-guarda-roupa-das-amantes-do-retro/>>. Acesso em: 08 de jun. de 2024.
- FRANQUI, Renata; PERIOTTO, Marcília Rosa. O modelo feminino na revista Fon-Fon! (1907-1958): a pedagogia da maternidade no Estado Novo. **Revista PerCursos**: Florianópolis, v. 17, n. 33, 2016, p. 82-97.
- GARCIA, Dantielli; SOUSA, Lucília. “No carnaval a fantasia é minha. O corpo é meu”: memória e rupturas feministas na folia. **Revista Rua**: Campinas, vol. 1, n. 21, 2015, p. 87-107. Disponível em: < [https://www.labeurb.unicamp.br/rua/artigo/verpdf?publicacao\\_id=47](https://www.labeurb.unicamp.br/rua/artigo/verpdf?publicacao_id=47)>. Acesso em: 04 de jun. de 2024.
- GENETTE, Gérard. **Paratextos Editoriais**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GODOY, Arilda. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**: São Paulo, vol. 35, n. 3, 1995, p. 20-29. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- GUEDES, Rayane; PASSOS, Daniela. A Revista Feminina (1914-1930) em perspectiva: O uso da imprensa e dos arquivos para pensar a história das mulheres. **Revista dos Arquivos Nacionais**, n. 1, vol. 37, p. 1-30, 2024. Disponível em: < <https://revista.an.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/1974/1966>>. Acesso em: 06 de maio de 2024.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.
- HOROCHOVSKI, Marisete. Representações Sociais: Delineamentos de uma categoria analítica. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, vol. 2, n. 1, p. 92-106, 2004. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13629>> Acesso em: 28 de abr. de 2024.
- KAINGÁNG, Azelene. Indígenas – Depoimento de uma militante. In: PEDRO, Joana; PINSKY, Carla (org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 200-205.
- KRÜGER, Helmut. Cognição, estereótipos e preconceitos sociais. In: LIMA, Marcus; PEREIRA, Marcos (org.). **Estereótipos, preconceitos e discriminação**. Salvador: Editora da UFBA, 2004, p. 23-40.
- LEITE, Maiara; SILVA, Ana Carolina. Um estudo sobre o papel da mulher na sociedade brasileira por meio de O Cravo e a Rosa e Coisa Mais Linda. **Cadernos do CEOM**: Chapecó, nº 55, vol. 34, 2021, p. 249-260.
- LIMA, Marcus; VALA, Jorge. Serão os estereótipos e o preconceito inevitáveis? O mostro da automaticidade. In: : LIMA, Marcus; PEREIRA, Marcos (org.). **Estereótipos, preconceitos e discriminação**. Salvador: Editora da UFBA, 2004, p. 41-68.
- LIMA, Natália. A Belle Époque: Transformações urbanas, moda e influências no Rio de Janeiro. In: História e Democracia, 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo: Unifesp, 2018, p. 1-15. Disponível em: <

[https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1530193939\\_ARQUIVO\\_artigo.pdf](https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1530193939_ARQUIVO_artigo.pdf)>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.

LIMA, Natália. A Belle Époque: Transformações urbanas, moda e influências no Rio de Janeiro. *In: História e Democracia*, 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo: Unifesp, 2018, p. 1-15. Disponível em: <[https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1530193939\\_ARQUIVO\\_artigo.pdf](https://www.encontro2018.sp.anpuh.org/resources/anais/8/1530193939_ARQUIVO_artigo.pdf)>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.

LIMA, Sandra. Imprensa feminina, revista feminina. A imprensa feminina no Brasil. **Projeto história**: São Paulo, n. 35, 2007, p. 221-240.

LIRA, Manuela; VELOSO, Ana. A violência simbólica da mídia contra a mulher. *In: Intercom*, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-0536-1.pdf>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.

LOURO, Guaciara. Mulheres na sala de aula. *In: DEL PRIORI, Mary (org.). História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2004. p. 371-403.

MACENA, Fabiana. **Madame, mademoiselles, melindrosas**: “feminino” e modernidade na revista Fon-Fon (1907-1914). Brasília, 2010.

MAIA, Janaína. **“Mulher à moda da cada”**: o modelo de conduta feminina no Brasil do ano de 1930 através da revista **Fon Fon**. 2016. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2016.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. 6ª ed. São Paulo: Companhia das letras, 2001. p. 358.

MARQUES, Aldina *et al.* A construção da identidade da mulher em revistas do Estado Novo. **Ex Aequo**, n. 39, p. 71-88, 2019. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/121817>>. Acesso em: 19 de abr. de 2024.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto comunista**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo Editorial, p. 9-35, 1998.

MATEUCCI, Nicola. Paternalismo. *In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (org.). Dicionário de Política*. Brasília: Editora UNB, 1998, p. 908-909.

MATEUCCI, Nicola. Paternalismo. **Dicionário de política**. 11ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, p. 908-909, 1998.

MAZIERO, Ellen. Liberação e objetificação do corpo feminino nos carnavais cariocas dos anos 1970. *In: Encontro Estadual de História*, 25, 2020, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo: ANPUH, 2020, p. 1-9. Disponível em: <[https://www.encontro2020.sp.anpuh.org/resources/anais/14/anpuh-sp-erh2020/1600701808\\_ARQUIVO\\_66e64d72e274692fbcf9a42f524e05e2.pdf](https://www.encontro2020.sp.anpuh.org/resources/anais/14/anpuh-sp-erh2020/1600701808_ARQUIVO_66e64d72e274692fbcf9a42f524e05e2.pdf)>. Acesso em: 04 de jun. de 2024.

MELLO, Jonatan. Uma parceria para o caos: A entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial. **Revista Eletrônica de Educação e Ciência**, vol. 8, n. 1, p. 25-43, 2018. Disponível em: <<https://fira.edu.br/revista/vol-8-no1-2018/>>. Acesso em: 19 de abr. de 2024.

MÉRCHER, Leonardo. Belle Époque francesa: a percepção do novo feminino na joalheria Art Nouveau. **VI Simpósio Nacional de História Cultural**. Escritas da História: Ver – Sentir – Narrar. Teresina, 2012.

MONTEIRO, LUCIANO. O movimento modernista e a construção de uma identidade nacional sob a égide do Estado Novo. *In: Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia*, 13, 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo: USP, 2012, p. 1-17. Disponível em: <[https://www.13snhct.sbhc.org.br/resources/anais/10/1345085694\\_ARQUIVO\\_Artigo-LucianoMonteiroSBHC.pdf](https://www.13snhct.sbhc.org.br/resources/anais/10/1345085694_ARQUIVO_Artigo-LucianoMonteiroSBHC.pdf)>. Acesso em: 04 de jun. de 2024.

MORAES, Juliana. **O espírito do jornalismo de moda**: uma leitura das revistas Elle, Estilo e Vogue. 2012. 41p. Monografia (Bacharel em Jornalismo) – Curso de Comunicação Social – Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2012.

- MOSCOVICI, Serge. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, Denise (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. p. 45-66.
- NAHES, Semiramis. **Revista FON-FON: a imagem da mulher no Estado Novo (1937-1945)**. São Paulo: Arte & Ciência, 2007, 168p.
- NAIDITCH, Artur. “A cobra vai fumar”: A participação brasileira na Segunda Guerra Mundial. **Novas Fronteiras: Revista acadêmica de Relações Internacionais da ESPM-Sul**, vol. 2, n. 2, p. 17-23, 2015.
- NEPOMUCENO, Bebel. Mulheres negras – protagonismo ignorado. In: PEDRO, Joana; PINSKY, Carla (org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 186-199.
- O Cravo e a Rosa. **Teledramaturgia**. Disponível em: <<http://teledramaturgia.com.br/o-cravo-e-a-rosa/>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- OLIVEIRA, Jacqueline. **A construção da imagem da mulher nas capas da revista Veja**. Monografia (Licenciatura em Letras). Universidade Federal de Sergipe, 2011.
- OSTERNE, Maria; SILVEIRA, Clara. Relações de gênero: uma construção cultural que persiste ao longo da história. **O público e o privado**, vol. 10, n. 19, 2012, p. 101-121. Disponível em: <<https://revistas.uece.br/index.php/opublicoeprivado/issue/view/195>> . Acesso em: 09 de jun. de 2024.
- PANDOLFI, Dulce; GRYNSZPAN, Mario. Da Revolução de 30 ao Golpe de 37: A depuração das elites. **Revista de Sociologia e Política**, n. 9, p. 7-2, 1997.
- PEREIRA, Dione. **Corporeidade, práticas discursivas e cuidado de si: a constituição de subjetividades de celebridades idosos(as) na mídia**. 2020. 197f. Tese (Doutorado) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2020.
- PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.
- PORTELA, Cristiane. **Revistas semanais de informação geral no Brasil hoje: conceituações e definições**. 2009.
- RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: DEL PRIORI, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 484-507.
- ROSSINI, Gabriel. Crise de 1929. **Dicionário histórico-biográfico da Primeira República (1889-1930)**, n. 1, p. 2920-2926, 2015.
- SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo, 2015. 160 p.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Editora Contexto. 4 ed., 2011.
- SEITENFUS, Ricardo. **A entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial**. 1ª ed. Porto Alegre: EDIPCRS, 2000, 378p.
- SILVA, Jofre; SUZIGAN, Ana Luisa. **O design e a fotografia em retratos de capas de revista**. In: COLÓQUIO DE MODA, 2010, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...] São Paulo, 2010. p. 1-9. Disponível em: <<https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71745%20O%20design%20e%20a%20fotografia%20em%20retratos%20de%20capas%20de%20revista.pdf>>. Acesso em: 24 de maio de 2024.
- SILVA, Ursula. **História da indumentária**. Santa Catarina: Araranguá, 2009. Disponível em: <[https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/e/e2/Hist%C3%B3ria\\_da\\_Indument%C3%A1ria\\_vers%C3%A3o\\_02.pdf](https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/e/e2/Hist%C3%B3ria_da_Indument%C3%A1ria_vers%C3%A3o_02.pdf)>. Acesso em: 08 de jun. de 2024.
- SILVA, Walmir. ‘Amáveis patricias’: O Mentor das Brasileiras e a construção da identidade da mulher liberal na província de Minas Gerais (1829-1832). **Revista Brasileira de História**, n.

55, vol. 28, p. 107-130, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/6bg366pQqVPkCvjK9wcCQCf/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 03 de maio de 2024.

SILVEIRA, Fernanda. **Um estudo das capas da revista Nova Escola: 1986-2004**. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, p. 149, 2006.

SIMILI, Ivana. Educação e produção de moda na Segunda Guerra Mundial: as voluntárias da Legião Brasileira de Assistência. **Cadernos Pagu**, p. 439-469. 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cpa/a/Stf5QwQLbNvNMhWgZtY3kmH/?format=pdf&lang=pt>>.

Acesso em: 25 de maio de 2024.

SOUZA, Fernando. **A Belle Époque carioca: imagens da modernidade na obra de Augusto Malta (1900-1920)**. 2008. 162 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas e Letras, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/2922>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.

STOPPINO, Mario. Autoridade. **Dicionário de política**. 11<sup>a</sup> ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, p. 88-94, 1998.

STOPPINO, Mário. Autoridade. *In*: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (org.). **Dicionário de Política**. Brasília: Editora UNB, 1998, p. 88-93.

STOPPINO, Mario. Autoritarismo. **Dicionário de política**. 11<sup>a</sup> ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, p. 94-104, 1998.

STOPPINO, Mário. Autoritarismo. *In*: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (org.). **Dicionário de Política**. Brasília: Editora UNB, 1998, p. 94-104.

TELLES, Norma. Escritoras, escritas, escrituras. *In*: DEL PRIORI, Mary (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 336-370.

VELLOSO, Mônica. Fon-Fon! em Paris: passaporte para o mundo. **Fon-Fon! Buzinando a modernidade**. Rio de Janeiro: Cadernos da Comunicação, Série Memórias, 2008, p. 11-28. Disponível em: <<https://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101430/memoria22.pdf>> Acesso em: 24 de maio de 2024.

VISCARDI, Cláudia. O Federalismo como experiência: Campos Sales e as tentativas de estabilização da república. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, vol. 59, n. 4, 2016, p. 1169-1206.

ZANON, Maria Cecília. *Fon-Fon!* – Um registro da vida mundana no Rio de Janeiro da Belle Époque. **Patrimônio e Memória**: UNESP, vol. 1, n. 2, 2005, p. 18-30. Disponível em: <<https://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/18#:~:text=A%20revista%20Fon%2DFon!%2C,Brasil%20durante%20a%20Belle%20C3%89poque.>>. Acesso em: 09 de jun. de 2024.