



**Imprensa feminina e disciplinamento:
a revista *It* e a educação das mulheres em Belo Horizonte dos anos 1950**

Women's press and disciplining:
It magazine and the education of women in 1950s Belo Horizonte

Prensa femenina y disciplinamiento:
la revista *It* y la educación de las mujeres en Belo Horizonte en los años 1950

Renata Garcia Campos Duarte
Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil)
<https://orcid.org/0000-0002-3647-8204>
<https://lattes.cnpq.br/6915394554075962>
renatagcd@yahoo.com.br

Patrícia Karla Soares Santos Dorotéo
Universidade do Estado de Minas Gerais (Brasil)
<https://orcid.org/0000-0003-4236-2643>
<http://lattes.cnpq.br/0647149853243853>
patricia.santos@uemg.br

Resumo

O artigo investiga a revista *It – o Magazine da Mulher*, publicada em Belo Horizonte em 1953, como instância educativa difusa voltada à conformação de um ideal de feminilidade branca, burguesa e domesticada. A análise, fundamentada em abordagem qualitativa e interpretativa, examina textos, imagens, anúncios publicitários, cartas de leitoras e aspectos materiais do impresso, como formato, seções, diagramação, tiragem anunciada e ritmos de leitura. Demonstra-se que a revista articulava entretenimento, consumo e disciplinamento, produzindo prescrições de conduta, beleza, domesticidade e respeitabilidade feminina. Argumenta-se que sua materialidade favorecia uma leitura rápida e fragmentada, enquanto a correspondência das leitoras evidenciava tensões entre a proposta editorial e expectativas de uso mais prático do impresso. Conclui-se que a *It* participou da construção de subjetividades femininas e da naturalização de hierarquias sociais e raciais, ao instituir a mulher branca de classe média como norma e silenciar outras experiências no Brasil urbano dos anos 1950.

Palavras-chave: Imprensa feminina; Educação; Gênero.

Abstract

The article investigates *It: o Magazine da Mulher*, published in Belo Horizonte in 1953, as a diffuse educational agency aimed at shaping an ideal of white, bourgeois, and domesticated femininity. Based on a qualitative and interpretive approach, the analysis examines texts, images, advertisements, readers' letters, and material aspects of the printed magazine, such as format, sections, layout, announced print run, and reading rhythms. It demonstrates that the magazine articulated entertainment, consumption, and disciplining, producing prescriptions of conduct, beauty, domesticity, and feminine respectability. The article argues that its materiality favored fast and fragmented reading, while readers' correspondence revealed tensions between the editorial proposal and expectations for more practical uses of the printed publication. It concludes that *It* participated in the construction of feminine subjectivities and in the naturalization of social and racial hierarchies by establishing white middle-class womanhood as the norm and silencing other experiences in 1950s urban Brazil.

Keywords: Women's press; Education; Gender.

Resumen

El artículo investiga la revista *It: o Magazine da Mulher*, publicada en Belo Horizonte en 1953, como una instancia educativa difusa orientada a la conformación de un ideal de feminidad blanca, burguesa y domesticada. Basado en un enfoque cualitativo e interpretativo, el análisis examina textos, imágenes, anuncios publicitarios, cartas de lectoras y aspectos materiales del impreso, como formato, secciones, diagramación, tiraje anunciado y ritmos de lectura. Se demuestra que la revista articulaba entretenimiento, consumo y disciplinamiento, produciendo prescripciones de conducta, belleza, domesticidad y respetabilidad femenina. Se argumenta que su materialidad favorecía una lectura rápida y fragmentada, mientras que la correspondencia de las lectoras evidenciaba tensiones entre la propuesta editorial y expectativas de usos más prácticos del impreso. Se concluye que *It* participó en la construcción de subjetividades femeninas y en la naturalización de jerarquías sociales y raciales, al instituir a la mujer blanca de clase media como norma y silenciar otras experiencias en el Brasil urbano de los años 1950.

Palabras clave: Prensa femenina; Educación; Género.

Recebido: 09/10/2025

Aprovado: 04/03/2026

Introdução

O presente artigo¹ tem como objetivo investigar as relações entre imprensa e educação feminina a partir da análise da revista *It – o Magazine da Mulher*, publicada em Belo Horizonte em 1953. O recorte cronológico concentra-se nos números localizados, referentes a junho, agosto, setembro e outubro de 1953, período que permite analisar a linha editorial, a materialidade e as prescrições educativas difundidas pela publicação. Apesar de sua curta duração, a revista anunciava tiragens expressivas e configurou-se como dispositivo cultural voltado sobretudo às mulheres das camadas médias urbanas, articulando referências locais a imaginários cosmopolitas e consolidando-se como espaço de propagação de preceitos sociais e culturais. Busca-se compreender de que maneira a imprensa feminina atuou como instância de formação e disciplinamento, por meio da difusão de normas de comportamento, do controle dos corpos e da indução ao consumo. Parte-se do entendimento de que a educação ultrapassa o espaço escolar e se materializa em práticas cotidianas, muitas vezes sutis, mas profundamente normativas, nas quais entretenimento e regulação se entrelaçam.

Nesse sentido, os periódicos devem ser percebidos como veículos de informação e produtores de discursos com capacidade de interferir na realidade histórica. Como destaca Barros (2023), a imprensa deve ser analisada simultaneamente como meio de elaboração de representações do real, como produto de seu tempo e como agente que atua sobre a própria história. Longe de serem neutros, os impressos “falam sobre a história, são produtos da história e agem sobre a história”, evidenciando sua faceta formativa e sua inserção em disputas sociais, políticas e culturais (Barros, 2023, p. 14).

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa toma como fonte a coleção da revista *It*, preservada na Coleção Linhares (Divisão de Coleções Especiais e Obras Raras da Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais). A análise inclui os quatro números localizados, publicados entre junho e outubro de 1953, como corpus documental com o qual se observam permanências, inflexões e tensões da proposta editorial. A materialidade possibilita examinar, de forma integrada, textos, imagens, anúncios, seções fixas, preenchimentos editoriais, formato, diagramação, preço e indícios de circulação. A abordagem é qualitativa e interpretativa, orientada à percepção dos efeitos educativos veiculados de maneira disseminada e rotineira, em diálogo com as condições históricas de produção, circulação e apropriação da revista.

Para orientar a análise, parte-se da indicação de Luca (2019, p. 142), segundo a qual “não há uma receita pronta a ser aplicada” no estudo de periódicos. Nesse horizonte, Galvão e Melo (2019) destacam múltiplas possibilidades de investigação, com ênfase em duas dimensões fundamentais. A primeira refere-se ao texto, a fim de explorar os conteúdos e as estratégias discursivas “postas em operação principalmente por seus autores” (Galvão; Melo, 2019, p. 224). Mais do que identificar a recorrência ou a emergência de certos temas, importa apreender de que forma editores e redatores se dirigem ao público leitor, sempre em conexão com os processos históricos.

A segunda dimensão diz respeito à materialidade do impresso, em seus diferentes aspectos. Tão relevante quanto avaliar o conteúdo é verificar de que modo ele se inscreve no suporte material, considerando os “dispositivos técnicos, visuais e físicos” que organizam a leitura em determinado tempo e espaço (Galvão; Melo, 2019, p. 243). Enquanto fontes históricas, os periódicos devem ser investigados com base em uma análise crítica, atenta aos enunciados explícitos, aos silêncios e às ausências que produzem sentido. Elementos como periodicidade, materialidade e formas de publicização compõem componentes indissociáveis de seu exame (Barros, 2023).

¹ Este artigo apresenta resultados parciais de pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

Para evitar que a imprensa seja tomada como simples repositório de informações, reconhece-se, com Cruz e Peixoto (2007), que jornais e revistas constituem forças sociais ativas, cuja historicidade deve ser interrogada em cada conjuntura, nos contatos que estabelecem com agentes, interesses, linguagens, leitores, mercado editorial e condições de produção. Essa perspectiva converge com a de Martins e Luca (2008), que situam a imprensa no cruzamento entre práticas culturais, vida social e circuitos editoriais, e com as advertências de Martins (2003), para quem o gênero revista exige atenção ao conjunto de seus componentes: formato, papel, ilustração, letra, fotografia, anúncios, seções e tiragem. Tais elementos não funcionam como moldura dos textos, e sim como parte da elaboração de sentidos.

A contribuição de Campos (2012) é especialmente relevante para a história da educação, ao contemplar a imprensa não pedagógica como fonte para investigar processos formativos que excedem a escola. No caso da *It*, essa orientação sustenta a leitura de receitas, conselhos, testes, narrativas sentimentais, anúncios, fotografias e pequenas notas como vestígios de uma educação difusa para a produção de hábitos, sensibilidades e representações do feminino.

Assim, o artigo não isola texto, imagem e suporte. Considera-se que os efeitos pedagógicos produzidos pela *It* se faziam na composição entre temas, linguagem, ritmo editorial, imagens, anúncios e formas de endereçamento às leitoras. A publicação ensinava ao entreter, justamente porque distribuía diretrizes em textos breves, seções práticas, fotografias glamourizadas, correspondências e publicidade.

Ademais, a reflexão sobre a revista *It* se insere no horizonte mais amplo da historiografia das mulheres e dos estudos de gênero. A partir de meados do século XX, observa-se a emergência do campo da história das mulheres, acompanhando tanto as transformações sociais quanto as mudanças no fazer historiográfico no Ocidente. Matos destaca que,

a presença crescente das mulheres em diferentes espaços instigou os interessados na reconstrução das experiências, vidas e expectativas das mulheres nas sociedades passadas, descobrindo-as como sujeitos da história e objetos de estudo (Matos, 1998, p. 67).

Se, por um lado, o impresso se apresentava como espaço de visibilidade feminina, por outro, restringia essa exposição a um modelo de feminilidade branca, burguesa e domesticada, o que reforça a necessidade de sua análise associada à categoria gênero (Scott, 1995) e à noção de colonialidade de gênero (Lugones, 2008; 2020).

A década de 1980 marca, para Matos (1998), o momento em que uma importante geração de pesquisadoras passou a se dedicar à história das mulheres, movida pela necessidade de torná-las visíveis e de denunciar formas históricas de opressão. Inserida nesse grupo, Scott publicou em 1986 o artigo *Gender: a Useful Category of Historical Analysis*, no qual formula o uso da categoria “gênero” para a compreensão social das relações entre os sexos. Para a autora, essa ferramenta analítica foi mobilizada para revisar interpretações que atribuíam a subordinação feminina a fatores biológicos, passando a entendê-la como construção social. Nessa lógica, tal subordinação liga-se à “criação inteiramente social de ideias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres” (Scott, 1995, p. 75).

No Brasil, Soihet (1998) é uma das historiadoras que se apropriam da categoria gênero como ferramenta analítica para historicizar as dinâmicas entre os sexos. Para a autora, é necessário rejeitar o caráter fixo e permanente da oposição “masculino versus feminino”, questionando a naturalização da constituição hierárquica entre homens e mulheres, a partir do caráter social que estrutura essa interação.

Os estudos de gênero desenvolveram-se em consonância com investigações sobre o privado e o cotidiano, que fomentaram a produção historiográfica dedicada às experiências femininas. Nesse domínio, historiadoras como Perrot, Davis e Farge aproximaram-se de objetos

de pesquisa com os quais foi possível captar a participação das mulheres na história e assumi-las como sujeitos históricos. Esse viés está presente em Soihet, que, em diálogo com Farge, afirma que, na construção histórica das relações sociais entre os sexos, “apesar da dominação masculina, a atuação feminina não deixa de se fazer sentir, por meio de complexos contrapoderes: poder maternal, poder social, poder sobre outras mulheres e ‘compensações’ no jogo da sedução e do reinado feminino” (Soihet, 1998, p. 80).

Em contrapartida, embora significativos trabalhos no campo da história das mulheres tenham como objeto as dimensões do privado e do cotidiano, essa historiografia não se absteve de uma história política, descortinando também a agência feminina no espaço público. Dessa forma, o campo tem produzido resultados que desvelam manifestações femininas, ativismos políticos e práticas de resistência, particularmente entre as mulheres dos segmentos populares.

As análises sobre a história das mulheres e de gênero têm criado e utilizado ferramentas teóricas que possibilitam analisar a atuação e a experiência concreta das mulheres na sociedade, em seus papéis formais e informais. Essa historiografia tem revelado que, na trajetória das relações entre os sexos, as mulheres desempenham um papel ativo na criação de sua própria história. Além disso, tem evidenciado o histórico processo de dominação patriarcal, estruturado a partir de regras e pedagogias para a regulação do corpo feminino, como as disputas e prescrições identificadas na revista *It – o Magazine da Mulher*.

Propõe-se discutir a *It* em sua dupla perspectiva: como expressão de uma modernidade seletiva, vinculada ao consumo e distinção social, e como espaço de reprodução de classificações de gênero, classe e raça. A investigação dialoga com autores da história da educação e da imprensa, com estudos da história das mulheres e de gênero, além de referenciais teóricos sobre colonialidade. Esse repertório de contribuições respalda a análise do impresso como dispositivo pedagógico capilar, permeado por práticas formativas, normas sociais e hierarquias coloniais. O artigo organiza-se em três eixos: primeiramente, apresentam-se enfoques historiográficos sobre imprensa feminina e educação; em seguida, situa-se a publicação no contexto belo-horizontino dos anos 1950; por fim, desenvolve-se a problematização de sua pedagogia cotidiana, com atenção especial às conexões entre disciplinamento, consumo e colonialidade.

Imprensa feminina e educação: um campo de disputas e prescrições

A análise da imprensa feminina exige, em primeiro lugar, uma reflexão sobre a trajetória desse tipo de fonte no campo historiográfico e sobre os caminhos que levaram a sua validação como objeto legítimo de pesquisa. Durante muito tempo, os periódicos foram subestimados, considerados pouco confiáveis para a escrita da história, o que dificultou sua utilização sistemática em pesquisas acadêmicas. Esse descrédito não era fortuito: resultava da valorização dos documentos oficiais e políticos em detrimento de fontes ligadas ao cotidiano e ao universo feminino, reproduzindo hierarquias de gênero no interior do campo historiográfico.

Como observa Luca (2019), na década de 1970 apenas poucos trabalhos utilizavam os impressos como fonte, ainda que não fosse “nova a preocupação de se escrever a História da imprensa [...] relutava-se em mobilizá-los *por meio da imprensa*” (Luca, 2019, p. 111, grifo do autor). Até então, predominava uma tradição de se fazer história com base em fontes tidas como objetivas e temporalmente distanciadas do pesquisador, de modo que o passado pudesse ser recuperado em sua suposta “autenticidade”. Nesse contexto, a imprensa era vista como fonte frágil, pois “em vez de permitirem captar o ocorrido, dele forneciam imagens parciais, distorcidas e subjetivas” (Luca, 2019, p. 112). Questionar esse paradigma significou constatar que os impressos não se limitam a distorções, mas são espaços de produção discursiva e de embates simbólicos.

Esse quadro começou a se transformar com a chamada terceira geração dos Annales, que ampliou objetos, problemas e abordagens, e com a contribuição da história social inglesa, marcada pela defesa da elaboração de uma história vista “de baixo”. Essas mudanças ampliaram a noção de fonte histórica e abriram caminho para a incorporação dos periódicos ao fazer historiográfico. Como sintetiza Luca (2019, p. 126), “observa-se uma relação estreita entre a diversificação das temáticas historiográficas e a escolha dos periódicos como fonte de pesquisa”. Nesse mesmo movimento, a história da educação, desde os anos 1980, também expandiu seus objetos de análise e reconheceu a relevância de práticas educativas não escolares, valorizando jornais e revistas como espaços de circulação de ideias pedagógicas, de disputa de projetos formativos e de prescrição de ações sociais.

No caso específico da imprensa feminina, para o período estudado, parte-se do entendimento de que se tratava de um conjunto de impressos, elaborados por homens e/ou mulheres, em geral de curta duração e com periodicidade irregular. Abordavam uma variedade de temas, mas frequentemente se mantinham afastados das discussões políticas, tradicionalmente circunscritas ao espaço masculino, privilegiando, conforme observa Buitoni (2009), o jornalismo diversional, opinativo e de serviço. A autora ressalta que o fato de tais publicações não serem diárias colaborava para o distanciamento em relação ao “fato atual” e à categoria informativa, criando um espaço próprio, definido como “mundo das mulheres”. Outra característica importante, associada a esse afastamento da atualidade, foi a usual utilização das chamadas matérias “frias” – conteúdos atemporais, que podiam ser publicados a qualquer momento (Buitoni, 2009).

Entre as pautas mais recorrentes, figuravam moda, beleza, culinária, decoração, comportamento, celebridades, contos, testes, receitas, trabalhos manuais (tricô e crochê), consultório sentimental e anúncios de bens não duráveis. Como observa Buitoni:

À primeira vista, receitas de culinária, conselhos de beleza, contos de amor e outros assuntos – comuns às revistas, seções e suplementos femininos do mundo inteiro – são neutros. Porém, se sairmos da superfície, veremos que a imprensa feminina é mais ideologizada que a imprensa dedicada ao público em geral. Sob a aparência de neutralidade, a imprensa feminina veicula conteúdos muito fortes (Buitoni, 2009, p. 21).

Assim, esses periódicos contribuíam para a edificação da mulher como mito, atrelado às ideologias dominantes, reforçando padrões burgueses e tradicionais de feminilidade.

Ao longo dos séculos XIX e XX, a imprensa feminina consolidou-se como um espaço privilegiado de produção, propagação e legitimação de representações sociais sobre a mulher e sua inserção no mundo. Além de veículos de entretenimento ou de divulgação de modas e costumes, esses impressos funcionaram como dispositivos pedagógicos, orientando condutas, prescrevendo valores morais e normatizando práticas sociais, sobretudo no que concerne ao papel atribuído às mulheres na família, na sociedade e na nação.

Nesse sentido, a imprensa feminina deve ser compreendida como um campo de disputas. Se, por um lado, sustentava modelos de feminilidade alinhados à ordem patriarcal e às expectativas sociais de domesticidade, submissão e cuidado, por outro, também abria brechas de tensionamento. Entretanto, tais brechas eram seletivas, geralmente acessíveis às mulheres de classe média urbana, que reivindicavam instrução, chancela intelectual e maior engajamento social, enquanto permaneciam excluídas as experiências de mulheres negras, indígenas e trabalhadoras. Desse modo, coexistiam prescrições e possibilidades restritas de questionamento das hierarquias de gênero (Perrot, 2005; Rago, 2014).

A dimensão educativa desses impressos torna-se evidente na centralidade atribuída à formação da mulher como mãe e esposa, responsável pela moralização do lar e pela transmissão de valores às novas gerações. Além do discernimento pelo olhar analítico e classificador de médicos, higienistas, criminologistas e inspetores públicos, a domesticação das classes populares demandava a imposição do modelo imaginário de família criado pela sociedade burguesa, no qual a mulher deveria encarnar o papel de esposa, dona de casa e mãe de família (Rago, 2014). Segundo Campos (2009), a apropriação dos espaços públicos pelas mulheres ocorreu de maneira contraditória, pois, à medida que passaram a ocupar espaços antes inexistentes ou restritos aos homens, intensificaram-se os argumentos de diferentes campos do saber que defendiam sua permanência no âmbito doméstico. Essa ambiguidade demonstra que o ingresso feminino em novas ocupações não representou necessariamente uma ruptura com a matriz patriarcal, mas, em muitos casos, a sua reatualização.

A retórica da “boa mãe” e da “esposa virtuosa” inscrevia-se como intenção civilizatória, conectada à construção da identidade nacional (Campos, 2009; Maluf; Mott, 1998). A escola aparecia como instância complementar e a imprensa assumia uma função de mediação cultural, modelando atitudes que escapavam ao controle institucional.

No Brasil, os primeiros jornais destinados ao público feminino, no século XIX, dedicavam-se mormente à moda e à literatura. Na segunda metade desse século, surgiram, ainda que em número reduzido, algumas publicações que “acreditavam na educação como instrumento mais eficaz para libertar a mulher da opressão que vinha sofrendo há séculos” (Lima, 2007, p. 223). Contudo, essas iniciativas perderam força e se tornaram cada vez mais escassas no final do período. Já no início do século XX, com o processo de modernização da imprensa, consolidaram-se revistas de caráter geral que passaram a incluir seções e matérias pensadas para as mulheres. A primeira explicitamente feminina foi a *Revista Feminina* (1914-1936), à qual se somaram outras dirigidas a diferentes perfis sociais: algumas de orientação moralizante e religiosa; outras focadas em moda, beleza e lazer, a exemplo dos grandes magazines urbanos. Todas, contudo, compartilhavam uma mesma vocação pedagógica: instruir as mulheres sobre comportamento, vestuário, educação dos filhos, cuidados com a casa e, em certos casos, sobre a viabilidade de reivindicar espaço no mundo do trabalho.

Buitoni (2009) destacou que essas revistas operavam como agentes educativos paralelos, transmitindo valores de modo indireto e naturalizado. Embora consumidas como lazer, carregavam conteúdo normativo incisivo, característica que revela a contradição entre entretenimento e disciplinamento. Instituir hábitos moralizados e costumes regrados, em contraposição às práticas populares consideradas promíscuas e anti-higiênicas, significava apontar ao pobre o exemplo de organização familiar a seguir. Nessa utopia reformadora, a imprensa acentuava o discurso que vinculava a superação da luta de classes à higienização dos espaços domésticos e sociais (Rago, 2014).

As reflexões de Duarte (2023) evidenciam a relevância da imprensa na formação de representações sobre feminilidade, cidadania e moralidade. Rachel Soihet (1989), por sua vez, já havia sinalizado como alguns enunciados sociais e morais reproduziam estigmas sobre mulheres, o que pode ter reiterado desigualdades de classe, gênero e raça. Nesse sentido, compreender a imprensa feminina como fonte histórica significa perceber sua ambivalência: espaço de visibilidade e circulação de ideias, e de normatização e conformação social.

No campo da história da educação, essa abordagem tem sido aprofundada por pesquisas que exploram páginas femininas, suplementos e magazines como mecanismos de formação de corpos, gostos, hábitos e sensibilidades. Neiva (2021), ao estudar as páginas femininas do *Correio da Manhã*, analisa a beleza como dimensão pedagógica, articulada à educação do corpo feminino. Em parceria com Campos, a autora também examinou a coluna “Feira de utilidades”, assinada por Clarice Lispector sob o pseudônimo Helen Palmer, demonstrando como conselhos

de moda, beleza, casamento e vida doméstica compunham uma pedagogia cotidiana das mulheres no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 (Neiva; Campos, 2014).

A produção especializada sobre imprensa feminina, leitura e educação permite situar a revista *It* em um campo de pesquisa em desenvolvimento. Guimarães (2025), ao problematizar *A Noite Ilustrada* entre 1930 e 1954, indica a circulação de representações do feminino em revistas ilustradas de grande alcance. Demarque (2023), ao comparar *O Cruzeiro* e *Ladies' Home Journal*, assinala a presença de pedagogias de aparência, performance e estilo de vida em circuitos editoriais transnacionais. Melo (2013), em investigação sobre a revista *Grande Hotel*, problematiza modos de apropriação e formação de leitores, contribuindo para pensar a distância entre leitor presumido e leitor real. Em perspectiva anterior e fundamental para esse debate, Cunha (2007), ao analisar os romances de M. Delly, mostra como produtos culturais de larga difusão participaram da educação sentimental de jovens brasileiras. Em conjunto, essas produções localizam a *It* em um amplo universo de impressos destinados às mulheres, nos quais, em geral, figuravam entretenimento, consumo, moralidade e formação.

Na década de 1940, o jornalismo brasileiro sofreu forte influência da expansão da imprensa estadunidense, marcada pela tradução de matérias importadas e assinadas por estrangeiros, como se verifica em *It*. Nesse contexto, o padrão de beleza feminino foi profundamente associado às artistas estrangeiras, sobretudo do cinema. “Vestidos de noite, blusas, chapéus, tudo apresentado como as ‘últimas coleções de Hollywood’” (Buitoni, 2009, p. 87). A beleza idealizada era basicamente a da mulher branca, de pele clara e traços europeus ou norte-americanos: corpo bem proporcionado, cabelos e olhos considerados belos. Esse parâmetro estético implicava, ao mesmo tempo, exclusão e silenciamento de outras possibilidades de feminilidade. Segundo Buitoni,

a imprensa feminina brasileira mal toca em outras raças, apesar de sua presença em nosso meio e mesmo entre suas leitoras. A oriental, a negra não são referidas nos jornais e revistas dedicados à mulher. O modelo subjacente em todos os textos é a europeia, branca (Buitoni, 2009, p. 102).

Assim, a imprensa difundia referências hegemônicas de feminilidade, reforçando diferenças raciais e sociais. Essa dualidade – visibilidade e exclusão, entretenimento e controle – tornava-se especialmente manifesta na revista *It*, publicada em Belo Horizonte na década de 1950. Voltada ao público feminino da classe média urbana, concatenava princípios locais e imaginários globais de cosmopolitismo, mercado e distinção social. Para além de simples repositório de modas, a publicação, como instância educativa, transmitia modos de ser, práticas de consumo e formas de sociabilidade, em sintonia com uma modernização excludente.

Dessa forma, a análise da imprensa feminina realça sua condição educativa não escolar, em que se cruzam argumentos ordenadores sobre gênero, moralidade, família, trabalho e cidadania. Trata-se de um campo de disputas e prescrições, no qual a educação das mulheres foi normatizada e hierarquizada.

It, o Magazine da Mulher, pode ser interpretada como espaço de veiculação de instruções educativas, em que modelos de feminilidade eram produzidos de maneira difusa, porém recorrente. Essa leitura não pressupõe a existência de um programa educativo explicitado pela direção da revista, mas reconhece efeitos formativos, tendo em vista a repetição de conselhos, imagens, narrativas e anúncios. A partir de seções fixas, colunas de comportamento e publicidade, orientavam-se modos de cuidar do corpo, organizar o lar, gerir a vida social e adequar-se a critérios de respeitabilidade. Tratava-se de uma pedagogia cultural, dispersa no entretenimento, que naturalizava formas de disciplinamento e projetava uma modernidade controlada.

A revista *It* no contexto belo-horizontino

A década de 1950 marcou um período de intensas transformações em Belo Horizonte. Fundada em 1897 como cidade planejada e símbolo da modernidade republicana, a capital mineira vivia, meio século depois, um processo de consolidação urbana, comprovado pela expansão dos bairros, pelo crescimento populacional, pelo incremento do comércio e pela formação de uma classe média em ascensão. Os dados demográficos ilustram esse movimento: a cidade contava com 13.472 habitantes em 1900, passando para 352.724 em 1950 e alcançando 693.328 em 1960 (IBGE, 2010). Esse crescimento, entretanto, não foi homogêneo: enquanto a elite e a classe média alicerçavam espaços de sociabilidade, as populações pobres e periféricas permaneciam invisibilizadas na proposta da capital. É nesse cenário desigual que surge a revista *It*, voltada às mulheres urbanas das camadas médias.

O período também foi caracterizado pela valorização do lazer e da sociabilidade citadina. Cinemas, clubes sociais e cafés tornaram-se espaços centrais de encontro da elite e da classe média emergente (Silveira, 1996; Pimentel, 1997). Nesse contexto, revistas ilustradas assumiram grande relevância como instrumentos de entretenimento e mediadoras de valores e estilos de vida. Publicações nacionais de ampla veiculação, como *O Cruzeiro*, chegavam à capital mineira trazendo referências cosmopolitas e padrões de feminilidade alinhados a tendências internacionais (Buitoni, 2009). Nesse ambiente, a *It* buscava inscrever Belo Horizonte no circuito de uma modernidade importada e eurocêntrica.

It – o Magazine da Mulher foi publicada em Belo Horizonte e encontra-se preservada na Coleção Linhares. Constituída como publicação mensal da Sociedade Editora Alterosa Ltda., igualmente responsável pela revista *Alterosa* (1939-1964)², era dirigida por Miranda e Castro, tendo sua esposa, Neide de Miranda e Castro, como vice-diretora. Impressa na própria editora, apareceu pela primeira vez em junho de 1953. A consulta à Coleção localizou quatro números – junho, agosto, setembro e outubro daquele ano –, não sendo possível precisar se foi interrompida em 1953 ou se a ausência de exemplares se deve a lacunas de preservação documental.

Os dados disponíveis indicam que a revista anunciava tiragem de 30 mil exemplares até agosto de 1953, reduzida para 20 mil a partir de setembro. Esses números, entretanto, devem ser tratados como indícios da escala pretendida e da estratégia de fortalecimento editorial, e não como prova da quantidade concretamente impressa ou lida. Na história social da imprensa, tiragem anunciada, impressão efetiva, circulação comercial e leitura correspondem a dimensões distintas, uma vez que os números divulgados pelos periódicos integram expedientes de legitimação, publicidade e inserção no mercado editorial (Martins, 2003; Barros, 2023). No caso da *It*, a redução informada pode estar relacionada a dificuldades de venda, aumento dos custos gráficos, diminuição dos anúncios comerciais ou ajustes na política de distribuição, conquanto a documentação disponível não permita confirmar uma causa única. O decréscimo do número de páginas, de 130 em junho para 89 em outubro, reforça a hipótese de instabilidade do empreendimento editorial. Por conseguinte, embora a tiragem declarada pareça expressiva diante da população de Belo Horizonte, esse dado deve ser lido com cautela, como parte da apresentação pública da revista, e não como medida direta de sua recepção.

² Segundo Martini (2017), a revista *Alterosa* foi adquirida, em 1962, pelo banqueiro e então governador de Minas Gerais, José de Magalhães Pinto. Em 1964, com a venda do maquinário da Sociedade Editora Alterosa à Editora Abril, o título foi definitivamente extinto, como estratégia de eliminação da concorrência.

O título do impresso já sinalizava uma escolha editorial estratégica. O uso do termo em inglês *It* evocava a figura da *It girl*, popularizada desde os anos 1920 pelo cinema estadunidense como símbolo de glamour e sofisticação. Ao adotar essa expressão, a publicação visava associar a mulher belo-horizontina a um imaginário cosmopolita. Essa apropriação, contudo, expressava uma forma de colonialidade cultural, ao projetar uma modernidade branca, europeizada e norte-americana, silenciando outras vivências e formas de ser mulher.

As referências estrangeiras eram recorrentes: acontecimentos, modas e padrões de comportamento de outros países, em especial dos Estados Unidos, ocupavam lugar destacado nas páginas da revista, enquanto o Brasil aparecia de forma marginal ou quase inexistente. Grande parte dos textos consistia em traduções de artigos de autoria estrangeira, o que evidenciava a dependência cultural da publicação e a centralidade de modelos externos na formação do imaginário proposto.

No plano comercial, *It* anunciava venda avulsa por 3 cruzeiros, assinatura anual por 35 cruzeiros e por dois anos por 60 cruzeiros. Em comparação com os preços médios de alimentos básicos divulgados pelo *Lavoura e Comércio* em 1953 – 20 cruzeiros o quilo da carne, 9 cruzeiros o da farinha e 12 cruzeiros o do feijão –, um exemplar equivalia a frações de gêneros de primeira necessidade, enquanto o valor anual correspondia a um gasto expressivo. O salário mínimo na época era de 1.200 cruzeiros (Brasil, 1951), de modo que a assinatura anual comprometia cerca de 3% da renda mínima oficial – percentual elevado diante das despesas ordinárias. Esse dado ratifica que a revista funcionava como marcador de prestígio social: consumir *It* era aderir a um ideal de classe média.

Esses valores demonstram que, ainda que a compra avulsa pudesse parecer relativamente acessível, a leitura regular destinava-se sobretudo às camadas médias urbanas, para quem a aquisição de impressos instituiu prática cultural associada à diferenciação social. Em contraste, é importante relativizar essa barreira econômica, considerando que experiências de leitura compartilhada – como empréstimos, circulação comunitária e leitura em voz alta – ampliavam o seu alcance, oportunizando que sujeitos não compradores também se apropriassem de seus conteúdos (Barros, 2023).

O aspecto gráfico acompanhava essa linha editorial: as capas traziam fotografias coloridas de atrizes, modelos ou personalidades femininas, enquanto o interior mesclava matérias de moda, beleza, comportamento, saúde e etiqueta, atestando o caráter de distinção social do público-alvo. Destacava-se por enfatizar o consumo, o requinte e a estética, propondo às mulheres de classe média um paradigma de feminilidade que combinava modernidade e tradição: ser elegante e atualizada com as modas internacionais, mas igualmente dedicada ao lar, à família e à moralidade.

No plano material, a revista apresentava formato reduzido (aproximadamente 15 × 10,5 cm), diagramação em duas colunas e amplo uso de imagens, fotografias e anúncios. Sua estrutura editorial conjugava contos, artigos e seções fixas, como “Teste”, “Quitutes”, “Enciclopédia do Lar”, “Do coração para o coração”, “Trabalhos Manuais”, “Decoração”, “It para você” e “No mundo de Eva”, conforme se observa na figura 1. O conteúdo articulava entretenimento e prescrição cotidiana, oferecendo narrativas ficcionais, artigos de comportamento e ciência, além de guias práticos para a organização doméstica.

Figura 1 – Sumário da revista *It*

JEFFERSON J. LODI
ARQUITETO
Ed. Clemente Paris, Sala 1101
Belo Horizonte

"O CALIGRAFO IDEAL"
Método moderno e prático para o ensino de Caligrafia e Letras, rigorosamente de acordo com os programas.
Temos Calígrafo Ideal para o Comércio. Preço: Cr\$ 45,00. Calígrafo Ideal para o Curso Científico (Letras na Cadeira de Desenho). Preço: Cr\$ 45,00. Calígrafo Ideal para o Ensino, 1ª e 2ª séries (Letras na Cadeira de Desenho). Preço: Cr\$ 40,00.
Pedidos, pelo Recbôlho Postal, Rua Princesa Isabel, 271 — Juiz de Fora Minas.

Você Sabia ...
Que em Nova York existe um clube de comedores? Seus 35.000 membros são providos dum cartão que, mediante o pagamento de 3 dólares anuais, lhes dá direito a comer a crédito em 255 restaurantes.

**Rapidez
Perfeição
Distinção**
...as credenciais da boa datilógrafa! Jovem, faça você também o seu curso na

ESCOLA HALDA DE DATILOGRAFIA
Anexa à Casa Systema
• Máquinas novas e modernas
• Ensino individual e método eficiente para facilitar a aprendizagem.
• Assistência permanente ao aluno
RUA TAMÓIOS, 95 — ED. ACAIACA — TEL. 3-7279

it
ANO 1 ★ Nº 5
OUTUBRO DE 1953
O MAGAZINE DA MULHER

Sumário

CAPA
Shelley Winters, da Paramount, numa tricromia do gravador Waldemar Turner.

CONTOS
Aquele Perfume Chamado Desejo 2
O Encontro 16
Quando o Tempo Parou 34
Nunca é Tarde Para Ser Feliz 56

ARTIGOS
Aprendamos a Dormir Bem 8
Lutei Com um Leopardo 11
Cura Miraculosa 24
Novos Aspectos Cada Temporada 26
A História de Kirk Douglas 30
A Vida é Doce, Casemo-nos 44
O Homem Que Construiu a Máquina a Vapor 47
O Belo-Pássaro 63
Mágica no Juri 68
A Arte de Recordar Tudo 70
O Fabuloso "Cachorró-Quente" 77

SEÇÕES
Teste 23
Quitutes 40
De Correção Para o Coração 54
Demorção 66
It para Você 71
Enciclopédia de L&F 80
No Mundo de Eva 82
Mãos de Fada 84

TIRAGEM DE 20.000 EXEMPLARES

OUTUBRO DE 1953 IT-MAGAZINE 1

Fonte: It, n. 5, out. 1953.

A materialidade da *It*, logo, não deve ser lida como aspecto secundário ou meramente descritivo. Em diálogo com Chartier (2002), considera-se que os sentidos de um texto são inseparáveis das formas de sua inscrição, dos protocolos de leitura e dos modos de apropriação que o suporte torna possíveis. Darnton (2010), por sua vez, contribui para essa análise ao chamar atenção para o circuito de comunicação que envolve autores, editores, impressores, distribuidores e leitores. No caso da revista, formato, diagramação, imagens, anúncios, seções e ritmos de leitura integravam a própria pedagogia do impresso.

Um recurso recorrente era o chamado preenchimento editorial por pequenas anedotas, curiosidades, propagandas e, principalmente, dicas de moda. Esses textos, frequentemente fragmentados e retomados em páginas posteriores, criavam um ritmo de leitura entrecortado, no qual a leveza da diversão se agregava à normatividade implícita nos preceitos de conduta. Desse modo, a forma material e editorial da revista não se restringia a um arranjo gráfico, pois estruturava sua esfera educativa.

O formato compacto favorecia o manuseio cotidiano, o uso doméstico e a circulação em bolsas, salas, quartos, espaços de espera ou ambientes compartilhados. O número expressivo de páginas, com seções breves e tópicos segmentados, sugere uma recepção descontínua, orientada por entradas múltiplas, em que a leitora podia alternar contos, conselhos, receitas, anúncios e curiosidades. Como assinala Martins (2003), a análise das revistas exige ponderar formato, ilustrações, anúncios, diagramação e materialidade como eixos constitutivos do próprio objeto. Assim, a *It* não reunia somente conteúdos variados: propunha uma maneira de organizar o dia a dia feminino, convertendo pequenos trechos em determinações de conduta, beleza, consumo e domesticidade, em consonância com o princípio ordenador da imprensa feminina analisada por Buitoni (2009), Neiva (2021) e Melo (2013).

Essa lógica pode ser aproximada, com cautela, de modelos editoriais de grande trânsito no século XX, como o *Reader's Digest* e sua versão brasileira, *Seleções do Reader's Digest*, lançada no Brasil em 1942 (Corrêa, 2008). Não se trata de afirmar filiação direta, mas de reconhecer uma afinidade formal: publicações portáteis, compostas por textos curtos ou

condensados, variedade temática, leitura rápida e mescla de entretenimento, informação e orientação moral. A *It* assimilava parcialmente essa gramática editorial ao englobar contos, artigos, conselhos práticos, notas breves, imagens de celebridades e publicidade, facultando às leitoras uma experiência de leitura fragmentada e disciplinadora. A materialidade do impresso participava da produção de uma pedagogia do ideal feminino moderno, simultaneamente ágil, cosmopolita e normativa.

A circulação da revista não se confinava a Belo Horizonte. A própria publicação informava a presença de representantes comerciais em capitais como Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Salvador. Esse alcance é confirmado pela seção “Cartas ao diretor”, que agrupava comentários de leitoras de cidades diversas, como Alfenas (MG), Juiz de Fora (MG), Viçosa (MG), São Paulo (SP), Taquaritinga (SP), Campos (RJ) e Cuiabá (MT). A divulgação dessas cartas, oriundas de localidades distintas e, por vezes, distantes, sugere uma estratégia discursiva de legitimação da abrangência nacional e de criação de uma comunidade imaginada de leitoras.

Entre junho e outubro de 1953, *It* configurou-se como um “magazine do mundo feminino”, composto por ficção edificante, artigos de variedades e quadros utilitários. Os contos e artigos, em tom romântico-moral, exploravam dilemas sentimentais e situações exemplares, como em “Férias matrimoniais”, de Alberta Williams, publicado em setembro, que retratava casais em crise como recurso narrativo para reafirmar o paradigma do casamento indissolúvel.

As seções fixas validavam esse caráter pedagógico. Entre elas, destacavam-se “Quitutes”, dedicada a receitas rápidas; “Trabalhos manuais”, com instruções de crochê; além da “Enciclopédia do lar” e “It para você”, que reuniam dicas de moda, beleza e organização da vida doméstica. O prestígio dessas seções pode ser atestado pelas cartas de leitoras que solicitavam maior espaço para elas, evidenciando sua centralidade. A carta de Márcia Siqueira, de Campos (RJ), é particularmente elucidativa nesse sentido:

Tenho em meu poder o primeiro número de IT – magazine, que não correspondeu à minha expectativa. Achei muito estranho que uma revista dedicada à *mulher* fosse, na sua quase totalidade, composta de contos e artigos, um tanto sem importância, praticamente.

As seções destinadas a nós são muito resumidas, como por exemplo: Quitutes, com uma página e meia apenas e uma só receita; “Trabalhos Manuais”, com um só trabalho e Decoração, com uma só página e com explicação muito resumida (It, n. 3, ago. 1953, p. 101-102, grifo do autor).

Ao criticar o excesso de contos e artigos, a leitora reivindicava maior espaço para seções práticas, entendidas como mais úteis ao cotidiano feminino. Esse testemunho explicita o peso atribuído a temas ligados ao lar, à moda e à culinária, e também expõe a tensão entre a proposta da publicação e as expectativas de parte de seu público. Enquanto *It* mobilizava entretenimento literário, variedades e prescrição comportamental, Márcia Siqueira solicitava um impresso mais funcional, capaz de oferecer recomendações imediatas para a vida doméstica. A carta, portanto, não deve ser tomada apenas como elogio ou crítica pontual, e sim como indício de recepção ativa e de negociação entre editor e público. Com apoio em Melo (2013), trata-se de distinguir a leitora presumida pela direção e pelos redatores das leitoras empíricas, cujas demandas podiam tensionar o programa editorial. Embora não permita explicar, isoladamente, a redução de tiragem ou a possível interrupção da revista, a carta sugere uma hipótese relevante: a pouca adesão ao periódico pode ter se relacionado igualmente à distância entre o leitorado projetado e as expectativas de uso.

A publicidade, fundamental nessa lógica editorial, sustentava financeiramente a publicação e ratificava os valores sociais e de gênero que ela buscava difundir. Os anúncios de lojas de departamento, móveis, eletrodomésticos, cursos de costura, produtos de beleza e consultórios odontológicos implicavam uma consumidora ideal – branca, urbana e zelosa do lar, perfazendo uma pedagogia de classe e de gênero. A revista orientava comportamentos em suas seções editoriais, assim como educava para o consumo, apresentando-o como dimensão constitutiva da feminilidade de classe média. Como observa Barros (2023), a análise dos anunciantes viabiliza compreender tanto a relação com o público leitor quanto o perfil de leitoras pressupostas como consumidoras, salientando as conexões entre mercado editorial, práticas de leitura e disciplinamento social.

Entre junho e outubro de 1953, *It* estruturou-se como empreendimento editorial de curta duração que buscou inscrever Belo Horizonte em uma rede mais ampla de referências nacionais e transnacionais da cultura impressa. Apesar de se apresentar como expressão de sofisticação e cosmopolitismo, legitimava fronteiras sociais e raciais, inserindo-se em um desenho de modernidade seletiva.

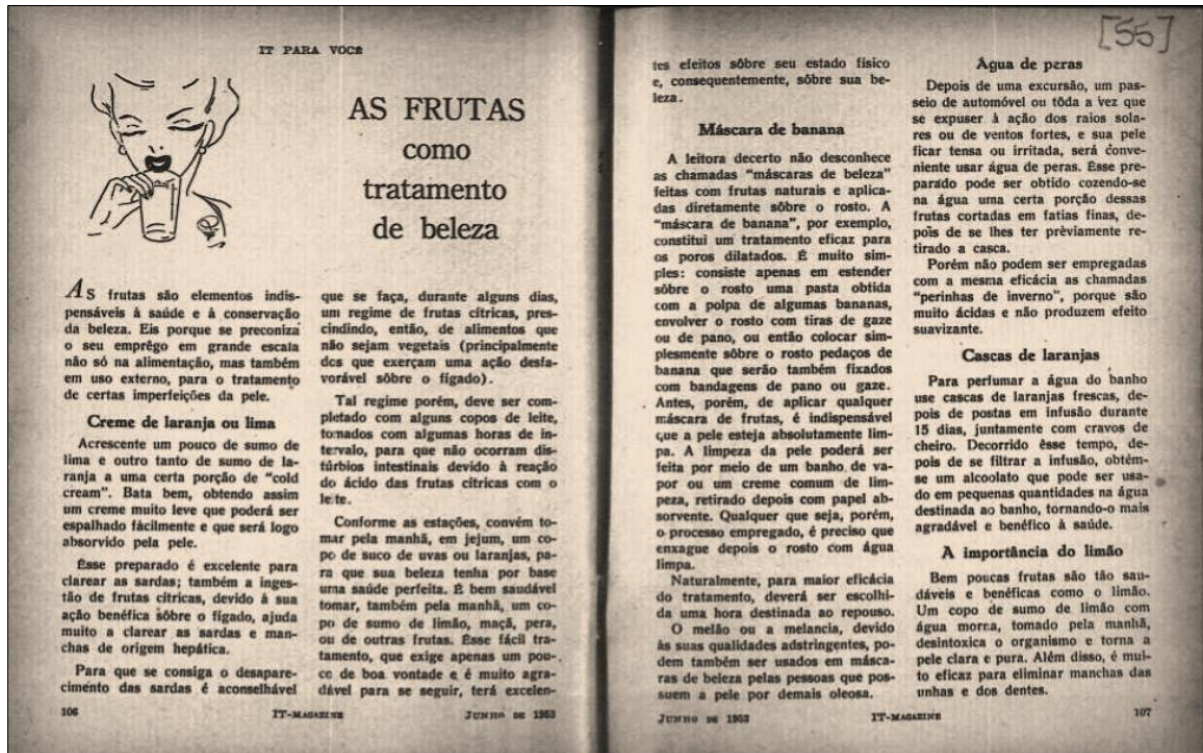
A pedagogia cotidiana de *It*: disciplinamento, gênero e colonialidade

Nas páginas da *It*, é possível observar uma pedagogia cultural da vida cotidiana, entendida aqui como efeito educativo difuso e não como plano pedagógico formalizado. Por meio de seções fixas, colunas de comportamento, narrativas ficcionais, imagens e anúncios publicitários, instruía acerca dos modos de cuidar do corpo, organizar o lar, gerir a vida social, consumir e adequar-se a padrões de respeitabilidade feminina. Tratava-se de uma ação formativa dispersa no entretenimento, que naturalizava formas de disciplinamento e projetava uma modernidade controlada, marcada por expectativas de classe, gênero e raça.

Esses elementos ultrapassavam a condição de categorias isoladas (estética, moralidade, consumo ou distinção social) e compunham um regime integrado de formação feminina. A revista condicionava os corpos mediante diretrizes de beleza e saúde; regulava condutas com orientações de etiqueta e conselhos morais; educava para o consumo, a partir da vinculação entre sofisticação e domesticidade; e reproduzia hierarquias de classe e raça ao privilegiar representações de mulheres brancas da elite urbano-mineira. Dessa forma, a *It* ensinava como ser “moderna”, mas sempre dentro de limites definidos pela ordem patriarcal e colonial.

A chamada pedagogia do corpo era uma das dimensões mais evidentes da publicação. Seções como “Enciclopédia do lar” e “It para você” detalhavam exercícios físicos, dietas e cuidados com a pele, prescrevendo disciplina e autocontrole. Essas recomendações indicavam um ideal de feminino que articulava brancura, autocuidado e vida doméstica, como se observa na seção “It para você”, de junho de 1953 (figura 2), em que o uso de limão é sugerido para clarear a pele.

Figura 2 – “As frutas como tratamento de beleza” na seção “It para você”.



Fonte: It, n. 1, jun. 1953.

Figura 3 – Modelos vestindo blusas do estilista Jacques Fath.



Fonte: It, n. 4, set. 1953.

Essa matriz de beleza vinha sendo delineada desde a década de 1940, quando a expansão do jornalismo estadunidense favoreceu a circulação de matérias traduzidas, muitas delas assinadas por estrangeiros ligados a agências internacionais, como a Trans World, ou a grandes estúdios de cinema. Nesse cenário, a artista de Hollywood consolidou-se como referência de feminilidade: “vestidos de noite, blusas, chapéus, tudo apresentado como as ‘últimas coleções de Hollywood’” (Buitoni, 2009, p. 87). Nas páginas da *It*, multiplicavam-se fotografias de modelos que exibiam a “última moda” através de imagens importadas dos Estados Unidos, em grande parte fornecidas por essas agências. A figura 3, por exemplo, mostra duas modelos, provavelmente estadunidenses, trajando blusas assinadas pelo estilista francês de alta costura Jacques Fath, confirmando a associação entre requinte europeu e estética hollywoodiana de elegância.

Reproduzidas em qualidade diferenciada, essas fotografias conferiam prestígio à revista e aproximavam suas leitoras dos repertórios hollywoodianos de bom gosto e consumo. Ao difundir imagens de mulheres brancas em poses elegantes e cenários citadinos, a *It*, além de promover tendências de moda, corroborava a lógica da colonialidade estética, na qual a brancura e os parâmetros hollywoodianos se legitimavam como normas universais de beleza e comportamento feminino.

Importa destacar que as capas de *It*, impressas em tricromia, refletiam esse padrão hollywoodiano: a edição de junho estampou Yvonne de Carlo (Paramount); a de agosto, Ann Miller (Metro); a de setembro, Mona Freeman (Paramount); e a de outubro, Shelley Winters (Paramount). A beleza era exposta como campo de investimento constante, no qual a manutenção da juventude e da silhueta se tornava dever feminino, como exemplifica a figura 4, que retrata o apuro de Yvonne de Carlo. Esse parâmetro era reforçado pela publicidade, que exibia exclusivamente mulheres brancas e sofisticadas, naturalizando a associação entre modernidade, branquitude e distinção social.

Figura 4 – Yvonne de Carlo na capa de *It*, junho de 1953.



Fonte: *It*, n. 1, jun. 1953.

No que se refere à conduta e à moralidade, enfatizava o recato e a moderação como atributos indispensáveis à mulher. Textos de etiqueta explicavam como se portar em jantares, bailes ou encontros, afirmando que a respeitabilidade feminina dependia de discrição e vigilância constantes. Desde meados do século XIX forjava-se um modelo normativo de feminilidade que exaltava virtudes burguesas como laboriosidade, castidade e esforço individual. Essa representação simbólica configurava a mulher como esposa-mãe-dona-de-casa, afetiva, mas assexuada, mesmo em um contexto de urbanização e industrialização que demandava sua presença ativa no espaço público e no mundo do trabalho (Rago, 2014).

Ainda que a docência, a enfermagem ou a telefonia tenham sido incorporadas como atividades femininas no início do século XX, tais funções eram percebidas como “a extensão pública dos papéis sociais historicamente delegados às mulheres, pois requeriam qualidades supostamente constitutivas do *sexo frágil*, como paciência, docilidade e disposição intrínseca à submissão” (Campos, 2009, p. 83, grifo do autor). O reconhecimento dessas ocupações consolidava a imagem submissa e dócil das mulheres, ao passo que lhes restringia o acesso a profissões mais prestigiadas e rentáveis, reservadas aos homens.

O artigo “A sociedade” vinculava o sexo ao materialismo e à perdição, limitando a sexualidade feminina ao casamento e à maternidade. A mulher considerada respeitável era aquela que preservava o decoro conjugal, e o matrimônio se convertia em destino inevitável e critério de valor feminino (It, n. 5, out. 1953). Essa aparente ambivalência entre circular em espaços urbanos e preservar a virtude revelava-se funcional, pois assegurava uma modernidade controlada, na qual a autonomia feminina permanecia submetida à ordem patriarcal.

O texto “As que não devem casar-se”, sem autoria identificada, listava os perfis de mulheres avaliadas como “inadequadas” para o matrimônio:

Entre o grande grupo das que deveriam renunciar à vida matrimonial, figuram-se em primeiro lugar as que não gostam da vida no lar. Uma mulher que passa a maior parte do dia e grande parte da noite fora de sua casa não poderá tornar feliz o homem que com ela se casar. Quando o homem volta ao lar após um dia de trabalho, deseja, naturalmente encontrar uma esposa solícita e enamorada, que o receba com um sorriso e dissipe, com a magia de seus beijos, o aspecto de cansaço que o labor quotidiano gravou em seu semblante. São incapazes disso as criaturas que gostam de flunar pelas lojas, confeitarias e cinema e que vivem em permanente luta com o relógio para chegar em casa alguns minutos antes da hora em que o marido costuma regressar (It, n. 1, jun. 1953, p. 108).

O artigo prosseguia classificando como “inadequadas” para o matrimônio as mulheres que não apreciavam a vida doméstica, as consideradas vaidosas ou fúteis, aquelas que rejeitavam a maternidade ou se mostravam incapazes de administrar a casa. Reiterava-se a ideia de que o casamento requeria disciplina e deveria ser concebido como encargo essencial da existência feminina, sob pena de infelicidade da esposa e do marido (It, n. 1, jun. 1953).

Em contraste, o conto “Uma lição proveitosa”, de Maria Luz Perea, introduz a relevância da participação masculina, ainda que mínima, nas atividades domiciliares. A narrativa apresenta Felipe, inicialmente retratado como marido colaborativo, que “dedicava três-quartas partes de seu tempo ao trabalho e a outra parte à família” (It, n. 1, jun. 1953, p. 26). No entanto, influenciado por um amigo que defendia padrões tradicionais de masculinidade, Felipe passa a desvalorizar o esforço de sua esposa, Claudina. Segundo esse amigo, o trabalho feminino se limitava a tarefas ocasionais e pouco exigentes:

Você naturalmente sabe em que consiste esse trabalho. As mulheres varrem e dão limpeza quando querem e se preferem ficar à toa alegam alguma doença, aliás nunca lhes falta uma doença oportuna; exigem empregadas para fazer a comida, mandam os meninos para a escola e enquanto isso lêem romances, cuidam das unhas, ouvem novelas pelo rádio... enfim, levam uma vida folgada e, de vez em quando, para exibir suas prendas femininas, fazem algum doce ou guisado que apenas por sorte não nos proporcionam uma péssima noite... [...] (It, n. 1, jun. 1953, p. 28).

Somente ao assumir por uma manhã os afazeres domésticos, Felipe percebe a complexidade e o peso do trabalho de Claudina, antes invisível aos seus olhos. O conto, desse ponto de vista, cumpria função moralizante típica da imprensa feminina dos anos 1950: valorizava a dedicação da mulher ao lar, criticava a ingratidão masculina, mas, ao mesmo tempo, reafirmava a centralidade feminina no espaço da casa e a permanência dos papéis de gênero tradicionais.

Na revista *It*, o consumo ocupava papel nuclear, interpelando as leitoras como consumidoras de eletrodomésticos, móveis, roupas, acessórios e cosméticos, enquanto perpetuava sua condição de guardiãs do lar. A compra de fogões, geladeiras e utensílios de última geração era representada como expressão de cuidado moral com a família, já as roupas e acessórios simbolizavam status social e cosmopolitismo. Essa condução para o consumo aproximava modernização e domesticidade, ensinando as mulheres a encarnar uma feminilidade mediada pelo mercado, quase sempre circunscrita ao espaço privado.

Esse ideal feminino também se evidenciava nos textos e anúncios dirigidos à maternidade, enunciados, por vezes, por supostos portadores de autoridade, como médicos, que aconselhavam as mulheres sobre o cuidado dos filhos. As peças publicitárias, em diversas ocasiões, validavam discursos direcionados às mulheres-mães, corroborando tanto a obrigação de exercerem adequadamente esse papel quanto a importância da atribuição materna para a saúde e o desenvolvimento infantil. Desse modo, o cuidado aparecia como uma espécie de missão, reforçando o dever feminino pela preservação física e moral da família.

A concepção de “família feliz”, caracterizada por esposas afetivas, saudáveis e castas, convivia com a realidade de inúmeras mulheres que, como observa Campos (2009, p. 90), “há muito garantiam o próprio sustento e o dos seus”, trabalhando em ocupações menos prestigiadas e enfrentando a chamada tripla jornada. Nesse contraste, as operárias das indústrias se apresentavam como o avesso das idealizações das “rainhas do lar”, já que passavam longas horas em jornadas extenuantes, com baixos salários, além de manterem a responsabilidade pelo cuidado da casa e dos filhos. A figura 5 exemplifica a tendência de anúncio voltado às mães:

Figura 5 – Propaganda do medicamento Auris-Sedina.



Fonte: It, n. 1, jun. 1953.

Trata-se de uma propaganda do medicamento Auris-Sedina, que prometia aliviar o sofrimento das crianças e, simultaneamente, poupar às mães noites de sono e preocupações. A peça publicitária estabelecia relação entre ciência, lar e consumo, conferindo legitimidade ao produto. Ao responsabilizar as mulheres pela saúde e tranquilidade dos filhos, o anúncio inseria a função materna em um regime de vigilância e sacrifício permanentes, no qual a “boa mãe” deveria recorrer a soluções farmacêuticas para cumprir seu encargo. Nesse processo, elas eram subordinadas à autoridade do discurso médico e da indústria farmacêutica, que tornava o cuidado dos filhos objeto de regulação e mercado. Campos (2009) também analisa como teses médicas, códigos civis e encíclicas prescreviam a maternidade como destino biológico da mulher, associando-a à construção de uma nação higiênica e moralizada. De modo geral, esses discursos eram despóticos, porém, disfarçados de receitas e conselhos, orientavam minuciosamente atividades como o banho, a amamentação e a organização do lar, atribuindo à maternidade a mais nobre profissão feminina, tomada como desígnio natural do gênero (Campos, 2009; Duarte, 2025).

Outro aspecto relevante refere-se ao reconhecimento de assimetrias sociais. Os conteúdos editoriais e publicitários da *It* exaltavam alguns grupos enquanto silenciavam outros, justificando diferenças de classe e raça. Um exemplo é a propaganda do gin Seagers, veiculada entre agosto e outubro de 1953, que estampava a frase “preferido pela elite”, conectando a aquisição do produto a uma marca de distinção social.

De modo semelhante, o texto “É difícil morrer de fome” ironizava a ideia de miséria extrema ao sugerir que, graças às reservas de gordura do corpo humano, a morte por inanição seria improvável. A narrativa reproduzia determinações da formulação médico-higienista (horários regulares, mastigação lenta, repouso após as refeições), mas as relativizava com anedotas e cálculos calóricos, traduzindo o saber científico em direcionamentos para a vida diária. Com isso, enfatizava a medicalização dos hábitos alimentares e tratava o corpo como um depósito de energia quantificável, expressão da racionalidade médica do período (It, n. 1, jun. 1953).

Contudo, ao destacar a fome como um problema inexistente ou facilmente contornável, o texto, provavelmente traduzido de alguma agência internacional de notícias, apontava sua perspectiva de classe. Ignorava-se o fato de que, naquele contexto, grande parte da população brasileira vivia em condições de miséria, para quem a fome era uma situação concreta. A ironia, assim, reiterava o público-alvo do impresso: mulheres de setores médios e da elite, para as quais a escassez de alimentos não se colocava como questão.

A revista colaborava com o que Lugones (2020) conceituou como colonialidade de gênero, ao instituir a experiência da mulher branca e burguesa como norma universal e apagar outras vivências. Para Segato (2012), o patriarcado colonial moderno introduziu novas formas de dominação, intensificando hierarquias já existentes e submetendo ocorrências locais ao binarismo da modernidade ocidental. Sua análise sobre o encadeamento entre gênero e raça revela como esses marcadores foram mobilizados na naturalização das desigualdades. Com base nessa chave analítica, é possível interpretar que os enunciados em torno da figura feminina moderna cancelavam exclusões sociais e raciais, compondo efeitos formativos voltados à conformação de subjetividades femininas.

A leitura decolonial de Vergès (2020) sobre os modos de organização do mundo contemporâneo explicita os nexos entre capitalismo, racismo e sexismo, responsáveis pela criação de um paradoxo: a atribuição de inferioridade aos corpos femininos não brancos, ao mesmo tempo em que as engrenagens do capitalismo demandam sua existência – principalmente no trabalho de limpeza e cuidado. Para a autora, esse paradoxo, que recai sobre as mulheres racializadas, é central para a manutenção de vidas domésticas e profissionais confortáveis para grupos privilegiados, especialmente mulheres brancas. Essa configuração tem origem na definição da ideia de raça e nas distâncias entre mulheres brancas e racializadas. Afirmar-se enquanto mulher, para os corpos racializados, foi (e continua sendo) um campo de luta.

A representação da mulher em *It* – branca e burguesa, mãe e esposa zelosa, afeita aos quitutes e aos bordados – coaduna-se com a estruturação de uma racionalidade colonial que invisibiliza os corpos femininos racializados em diferentes espaços, inclusive no que concerne ao trabalho e à manutenção dos padrões de vida moderna divulgados. Em diálogo com a história das mulheres, os estudos decoloniais esclarecem que, se o gênero é uma categoria construída histórica e socialmente, não se pode pressupor que ele seja compreendido da mesma forma na metrópole e na colônia, ou entre mulheres brancas e racializadas. Nesse sentido, *It* expressa coerentemente o conjunto de discursos que constroem a ideia de mulher através de um espelho eurocêntrico.

Apreender a *It* como dispositivo pedagógico cotidiano permite evidenciar a correspondência entre educação, consumo e colonialidade em Belo Horizonte nos anos 1950. Além de refletir valores sociais, participou da elaboração de subjetividades femininas marcadas pela branquitude, pela respeitabilidade e pela classe média, fundamentando um tipo de modernidade excludente.

A imprensa operária, ainda que denunciasse a exploração do trabalho da mulher, também apoiava a ideia de que este prejudicava a função materna e o desenvolvimento da família (Rago, 2014). Como destaca Buitoni (2009), mesmo diante da presença feminina no trabalho fora de casa, a pressão social para que permanecesse no lar era ainda mais intensa. Esse apelo moral, que apresentava o trabalho como antítese do lar, ajuda a explicar por que as revistas femininas firmaram um ideal distante da realidade de muitas brasileiras – sobretudo trabalhadoras pobres, negras e mestiças – que exerciam funções como domésticas, lavadeiras, costureiras, amas de leite, vendedoras e professoras. Campos (2009, p. 129) confirma isso ao dizer que, “independentemente das possibilidades profissionais que surgiam para as mulheres, o mercado matrimonial ainda era o fim existencial legitimado para a grande maioria delas”.

Considerações Finais

As análises desenvolvidas ao longo do artigo demonstram que a revista *It – o Magazine da Mulher* constituiu-se como dispositivo cultural e educativo de curta duração, em Belo Horizonte, no ano de 1953. Embora a documentação disponível não permita medir sua circulação efetiva ou a extensão real de sua recepção, os exemplares analisados apontam a tentativa de coordenar entretenimento, disciplinamento e consumo, contribuindo para a conformação de um paradigma de feminilidade branca, burguesa e domesticada.

A investigação mostrou que, mais do que simples espaço de lazer, a *It* funcionava como instância de formação difusa. Suas páginas orientavam tarefas corriqueiras, regulavam corpos e ratificavam hierarquias sociais e raciais. Nesse sentido, a publicação elucida que a imprensa feminina foi fundamental na produção de subjetividades, ao desenhar uma modernidade restrita às camadas médias urbanas.

A análise da materialidade da *It* reforça essa interpretação. O formato compacto, a segmentação das seções, os preenchimentos editoriais, a presença de anúncios e a alternância entre contos, artigos e indicações práticas assinalam que a revista organizava modos de leitura rápidos, fragmentados e domésticos. A carta de Márcia Siqueira, por sua vez, mostra que as leitoras não eram receptoras passivas: podiam reivindicar outros usos para o impresso e tensionar a combinação proposta pela direção entre entretenimento e utilidade.

Ao mobilizar conceitos como gênero, educação e colonialidade, foi possível explicitar que a *It* refletia valores de sua época e atuava na reprodução de desigualdades, ocultando experiências de mulheres negras, indígenas e trabalhadoras. Desse modo, o periódico inscreve-se em um horizonte mais amplo da historiografia sobre imprensa, gênero e educação, revelando esse campo como espaço de disputas, no qual prescrições normativas coexistiam com possibilidades limitadas de tensionamento.

Nesse cenário, como discutem Campos (2009) e Rago (2014), a valorização do trabalho feminino para o engrandecimento da nação conviveu com a insistência em reafirmar a missão atribuída às mulheres como mães e donas de casa. Mesmo os discursos que aceitavam sua ação no espaço público buscavam conciliá-la com a manutenção da ordem domiciliar, projetando um ideal feminino excludente e naturalizador de posições desiguais.

Em síntese, o estudo evidencia que práticas culturais não escolares, mediadas pela imprensa, participaram da formação de subjetividades femininas e da consolidação de pedagogias cotidianas de gênero no Brasil do século XX. Ao tomar a revista *It* como fonte, pode-se apreender como entretenimento, consumo, materialidade impressa e regulação social se associaram à produção de um ideal feminino moderno, seletivo e excludente.

Referências

BARROS, José D'Assunção. *O jornal como fonte histórica*. 1. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2023.

BRASIL. Decreto nº 30.342, de 24 de dezembro de 1951. Altera as tabelas do salário mínimo e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Seção 1, p. 18.742, 26 dez. 1951. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-30342-24-dezembro-1951-340732-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 10 set. 2025.

BITTONI, Dulcília Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus, 2009.

CAMPOS, Raquel Discini de. *Mulheres e crianças na imprensa paulista (1920-1940): educação e história*. São Paulo: UNESP, 2009. DOI: <https://doi.org/10.7476/9788539304424>.

CAMPOS, Raquel Discini de. No rastro de velhos jornais: considerações sobre a utilização da imprensa não pedagógica como fonte para a escrita da história da educação. *Revista Brasileira de História da Educação*, Campinas, v. 12, n. 1 (28), p. 45-70, jan./abr. 2012.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 2002.

CORREIA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

CRUZ, Heloisa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. *Projeto História*, São Paulo, n. 35, p. 253-270, dez. 2007.

CUNHA, Maria Teresa Santos. *Armadilhas da sedução: os romances de M. Delly*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2010.

DEMARQUE, Gisllene Rodrigues Ferreira. *Pedagogias de Lifestyle: educação, aparência e performance feminina nas revistas O Cruzeiro (Brasil) e Ladies' Home Journal (EUA), 1946-1953*. 279 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

DUARTE, Constância Lima. *Imprensa feminina e feminista no Brasil: século XX (1900-1949)*. Belo Horizonte: Autêntica, 2023. v. 2.

DUARTE, Renata Garcia Campos. Imprensa feminina e educação: uma investigação a partir de impressos categorizados como “assuntos femininos” da Coleção Linhares (Belo Horizonte, 1900-1953). *Revista História da Educação*, v. 29, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/2236-3459/144114>.

GALVÃO, Ana Maria de Oliveira; MELO, Juliana Ferreira de. Análise de impressos e seus leitores: uma proposta teórica e metodológica para pesquisas em história da educação. In: VEIGA, Cynthia Greive; OLIVEIRA, Marcus Aurelio Taborda de. (org.). *Historiografia da educação: abordagens teóricas e metodológicas*. Belo Horizonte: Fino Traço, 2019. p. 223-260.

GUIMARÃES, Ana Carolina de Carvalho. *O feminino em revista: representações e sentidos em páginas d'A Noite Ilustrada (1930-1954)*. 2025. 323 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Tabela 1.6 – População nos Censos Demográficos, segundo os municípios das capitais – 1872/2010. *Censo Demográfico 2010: Sinopse do Censo 2010*. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6>. Acesso em: 8 set. 2025.

IT: O MAGAZINE DA MULHER. Belo Horizonte: Sociedade Editora Alterosa Ltda., ano 1, n. 1, jun. 1953. Acervo: Coleção Linhares, Divisão de Coleções Especiais e Obras Raras, Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

IT: O MAGAZINE DA MULHER. Belo Horizonte: Sociedade Editora Alterosa Ltda., ano 1, n. 3, ago. 1953. Acervo: Coleção Linhares, Divisão de Coleções Especiais e Obras Raras, Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

IT: O MAGAZINE DA MULHER. Belo Horizonte: Sociedade Editora Alterosa Ltda., ano 1, n. 4, set. 1953. Acervo: Coleção Linhares, Divisão de Coleções Especiais e Obras Raras, Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

IT: O MAGAZINE DA MULHER. Belo Horizonte: Sociedade Editora Alterosa Ltda., ano 1, n. 5, out. 1953. Acervo: Coleção Linhares, Divisão de Coleções Especiais e Obras Raras, Biblioteca Central da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

LAVOURA E COMÉRCIO. Uberaba, MG, ano 54, n. 13.172, 22 abr. 1953. Disponível em: <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=830461&pagfis=8038>. Acesso em: 8 set. 2025.

LAVOURA E COMÉRCIO. Uberaba, MG, ano 54, n. 13.180, 4 maio 1953. Disponível em: <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=830461&pagfis=8088>. Acesso em: 8 set. 2025.

LAVOURA E COMÉRCIO. Uberaba, MG, ano 54, n. 13.319, 21 out. 1953. Disponível em: <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=830461&pagfis=8878>. Acesso em: 8 set. 2025.

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

LUCA, Tânia Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). *Fontes históricas*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2019. p. 111-153.

LUGONES, Maria. Colonialidade e gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (org.). *Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020. p. 52-83.

LUGONES, Maria. Heterosexualism and the colonial/modern gender system. *Hypatia*, v. 22, n. 1, p. 186-209, 2008.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil: República, da Belle Époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3, p. 367-421.

MATOS, Maria Izilda Santos. Estudos de gênero: percursos e possibilidades na historiografia contemporânea. *Cadernos Pagu*, n. 11, p. 67-75, 1998.

MARTINI, Cristiane Oliveira Pisani. *Regule-se, exercite-se, embeleze-se: pedagogias para o corpo feminino pelo discurso da revista Alterosa (1939-1964)*. 2017. 306 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras. *História*, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 59-79, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-90742003000100003>.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de (org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MELO, Juliana Ferreira de. *Um impresso para mulheres e seus modos de apropriação: a revista Grande Hotel e seus (supostos) leitores (Minas Gerais, 1947-1961)*. 2013. 434 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

NEIVA, Renata Maria de Oliveira. *Pedagogias da beleza: as páginas femininas do Correio da Manhã*. Uberlândia: EDUFU, 2021. DOI: <https://doi.org/10.14393/EDUFU-978-65-5824-003-7>.

NEIVA, Renata Maria de Oliveira; CAMPOS, Raquel Discini de. A Feira de Utilidades de Clarice Lispector/Helen Palmer e a educação das mulheres no Correio da Manhã (1959-1961). *Cadernos de História da Educação*, Uberlândia, v.13, n.2, p.725-747, jul./dez. 2014. DOI: <https://doi.org/10.14393/che-v13n2-2014-19>.

PERROT, Michelle. *As mulheres ou os silêncios da história*. Bauru: Edusc, 2005.

PIMENTEL, Thais Velloso Cougo. Belo Horizonte ou o estigma da cidade moderna. *Varia História*, Belo Horizonte, n. 18, p. 61-66, set. 1997.

RAGO, Margareth. *Do cabaré ao lar: a utopia da cidade disciplinar*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul./dez. 1995.

SEGATO, Rita Laura. Gênero e colonialidade: em busca de chaves de leitura e de um vocabulário estratégico descolonial. *e-cadernos CES*, n.18, p.106-131, 2012. DOI: <https://doi.org/10.4000/eces.1533>.

SILVEIRA, Anny Jackeline Torres. O sonho de uma petit Paris: os cafés no cotidiano da capital. In: DUTRA, Eliana Regina de Freitas (org.). *BH: horizontes históricos*. 1. ed. Belo Horizonte: C/Arte, 1996. v. 1, p. 119-182.

SOIHET, Rachel. *Condição feminina e formas de violência: mulheres pobres e ordem urbana, 1890-1920*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

SOIHET, Rachel. História das mulheres e história de gênero: um depoimento. *Cadernos Pagu*, n. 11, p. 77-87, 1998.

VERGÈS, Françoise. *Um feminismo decolonial*. São Paulo: Ubu Editora, 2020.