



NÚCLEO DE ESTUDOS DE GÊNERO
CADERNO ESPAÇO FEMININO

Juventude e magreza: a educação do corpo feminino no *Correio da Manhã* (1901-1974)

Youth and thinness: the education of the female body in the newspaper
Correio da Manhã (1901-1974)

Renata Maria de Oliveira Neiva ¹

RESUMO

É proibido ser gorda. Não se envelhece mais. A beleza se constrói. Como um dos maiores jornais brasileiros do século XX contribuiu para a educação do corpo feminino. Pelas páginas do *Correio da Manhã*, as mulheres encontraram, recorrentemente, duas prescrições: antipeso e antienvelhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa. Mulheres. Educação.

ABSTRACT

Women are not allowed to be fat. There is no more aging. Beauty is built. The way one of the greatest Brazilian newspapers of the twentieth century contributed to the education of the female body. In the pages of the newspaper *Correio da Manhã* women have, repeatedly, found two prescriptions: anti-weight gain and anti-aging.

KEYWORDS: Press. Women. Education.

* * *

Introdução

No início do século XX, nascia no Rio de Janeiro, então capital do Brasil, um dos jornais diários que entrariam para a história como um dos maiores matutinos do país. O *Correio da Manhã*, fundado pelo advogado gaúcho Edmundo Bittencourt, surgia num período em que impressos começaram se popularizar nos maiores centros urbanos brasileiros. Era o resultado da implantação de artefatos tecnológicos que possibilitaram

¹ Doutora em Educação. Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. E-mail: renataneiva@ufu.br

maior tiragem, maior qualidade e maior rapidez na impressão. Barbosa (2013, p. 195, grifo da autora) lembra que a criação de “fábricas de notícias” se insere num processo cuja senha é dada pela modernização de diversas cidades.

Com uma trajetória de 73 anos, o *Correio* reuniu grandes nomes do jornalismo e da literatura, como Rui Barbosa, José Veríssimo, Monteiro Lobato, Carlos Drummond de Andrade, Graciliano Ramos, Aurélio Buarque de Holanda, Clarice Lispector, Antonio Callado e Carlos Heitor Cony. Uma das características mais relevantes do diário era, portanto, o cuidado com a seleção de seus autores. O texto do *Correio* chegou a ser reconhecido como o mais bem escrito de todos os jornais do período.

Considerado por estudiosos da história da imprensa (BARBOSA, 2007, 2013; LUCA, 2015; RIBEIRO, 2007) como um dos mais influentes periódicos brasileiros da primeira metade do século XX, o impresso era conhecido por sua postura destemida. “Simplesmente dividiu a imprensa, antes e depois do *Correio da Manhã*. Desde o começo, foi o jornal mais combativo, mais corajoso, mais independente, e mais ilustre, de certa maneira, do país” (CASTRO *apud*. NEIVA, 2014, p. 18).

Desde sua criação, o jornal da família Bittencourt foi apontado como um veículo de comunicação de forte posicionamento crítico, ora encampando candidaturas da oposição, ora da situação (LEAL, 2009). As opiniões que circulavam em seus editoriais lhe renderam alguns embates com o governo, mas foi nos anos 1960, quando o Brasil esteve sob o Regime Militar (1964-1985), que o *Correio* começou, pouco a pouco, a definhar.

Em suas páginas, diante do clima de violência urbana instaurado com as manifestações estudantis, o diário passou a divulgar as cenas de agressividade. As reportagens denunciavam o que considerava uma cidade sitiada, tomada por canhões, tanques e metralhadoras. O jornal relatava ainda que repórteres e fotógrafos eram ameaçados ou agredidos. A coragem de expor o que ocorria no Brasil custou-lhe um alto preço. Jornalistas e diretores foram perseguidos e presos. Uma bomba foi lançada em sua agência comercial, em dezembro de 1968. Constatou-se uma fuga de

anunciantes e restou aos gestores, em março de 1969, entrar com pedido de concordata. Assim, o diário foi arrendado a um grupo empresarial ligado ao setor de abertura de estradas de rodagem. Em outras mãos, o impresso passou por uma brusca mudança em sua linha editorial, declarando-se alinhado com o papel desempenhado pelas Forças Armadas na vida brasileira. Pouco tempo depois, em 1974, o jornal que, em tempos áureos, chegava a ser publicado com 150 mil, até 200 mil exemplares numa edição de domingo, e aproximadamente 150 páginas, apresentava oito páginas e uma tiragem de três mil exemplares. O *Correio da Manhã* deixou de circular no dia 8 de junho de 1974. A empresa devia salários a 182 empregados.

Nesse estudo, sob inspiração da História das Mulheres e da História Social da Imprensa, analisamos como um objeto cultural constitutivo da chamada grande imprensa contribuiu para a educação das sensibilidades das mulheres urbanas brasileiras dos grupos sociais mais abastados para amar/odiar um determinado tipo de corpo. Esta pesquisa investiga os suplementos - aquelas páginas geralmente avulsas dirigidas ao universo feminino. Nesses cadernos, circularam, durante anos, ensinamentos e conselhos sobre embelezamento, moda, educação dos filhos, decoração do lar, receitas culinárias e outros tantos *segredos*, antes confinados entre espaços privados, sobre o *ser mulher*.

Dessa forma, buscamos apreender de que forma a leitura recorrente das chamadas páginas femininas pode ter contribuído para a educação das leitoras para um determinado tipo de *ser* e *estar* no mundo. Tratamos de um tema recorrente desde que as primeiras seções começaram a ser publicadas, ainda nos anos 1920: a beleza feminina, aclamada nos espaços cotidianos desde o Renascimento, quando o segundo sexo passou a ser considerado o *belo sexo* (LIPOVETSKY, 2009; VIGARELLO, 2006).

Abordamos, portanto, a educação para além das paredes escolares, conforme evidencia Campos (2009, 2012, 2015). Analisamos a forma como um impresso promove a aprendizagem de determinado discurso, discorre sobre a “educação como normalização do indivíduo no sentido de destinação de crenças e valores que o fazem habitar o mundo de modo próprio: num

tempo, num espaço, num segmento social” (CAMPOS, 2009, p. 20).

Ao investigar esses velhos suplementos procuramos dar sentido às experiências vividas no passado e que ainda se fazem tão presentes nos dias atuais. Tratamos, dessa maneira, de um dos processos educativos mais expressivos do século XX: o das mulheres, dos seus corpos, sentimentos, gostos e modos de ser.

Assumptos Femininos

O espelho diamantino (1827), *O espelho das brasileiras* (1831), *Relator de novelas* (1838), *Correio das Modas* (1839), *Jornal das Senhoras* (1852) – estes são alguns títulos de impressos destinados à leitura das brasileiras que surgiram no século XIX. A imprensa adjetivada de *feminina* procurava seduzir as mulheres cidadinas por meio da exploração de um novo atrativo: a moda que chegava além-mar.

As tendências europeias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda. A necessidade estava criada; havia, portanto, um mercado. Foi por isso que as primeiras publicações dirigidas à mulher, no Brasil, traziam moda. Jornalismo feminino, nessa época, significava basicamente moda e literatura. (BUITONI, 2009, p. 31-32).

Dessa forma, nasceu a imprensa feminina no Brasil. Secundária, complementar, produzida para entreter donas de casa urbanas confinadas no lar, nos informa Buitoni (2009). Mas poucos títulos sobreviveram à passagem do tempo. Jornais e revistas que visavam ao lucro conseguiram se consolidar. Aos poucos, os periódicos de maior tiragem também passaram a dirigir seções, colunas e até suplementos às mulheres.

No início do século XX, o *Correio da Manhã*, mesmo sem coluna ou seção exclusiva para esse público específico, procurou atingir as leitoras seja por meio de notas ou de publicidade. Assim, o periódico também se transformou em vitrine para reforçar a associação entre moda e universo

feminino. De 1925 ao início dos anos 1970, encontramos os suplementos que apresentaram certa periodicidade, como *Assumptos Femininos*, *Coisas Femininas*, *Modas*, *Modelos e curiosidades femininas*, *Curiosidades Femininas*, *Correio da Manhã Feminino*, *Correio Feminino*, *Feira de Utilidades e Bela*.

Apesar de constantes mudanças dos títulos, percebemos que a linha editorial desses suplementos seguiu o mesmo *cardápio* oferecido ao público feminino desde meados do século XIX – dicas para o comedimento dos gestos, o cuidado com a casa e o bem-estar do marido, receitas culinárias, a educação dos filhos, e, principalmente, moda e embelezamento. São aconselhamentos que atravessaram décadas, páginas e páginas, para reafirmar: “[...] ninguém tem o direito de ser feia. A estética é uma ética” (PERROT, 2008, p. 50).

Pelas páginas das seções, colunas e cadernos femininos, as leitoras encontravam, numa linguagem clara e didática, dicas e orientações de como deveriam se comportar e se moldar. Esse arsenal de princípios e normas era apresentado por “amigas e conselheiras”. Compreendendo o jornal como caixa de ressonância dos valores que circulavam na sociedade e que se esperavam das mulheres que representavam parte da elite brasileira, percebemos que, no início do século, as prescrições sobre beleza seguiam a busca pelo equilíbrio entre *natureza* e artificialismo. Ser bela, portanto, ainda era considerado um dom, uma dádiva, um prodígio divino (LIPOVETSKY, 2000; SANT’ANNA, 2014; VIGARELLO, 2006).

Em meados do século XX, no entanto, o ato de embelezar-se passou a ser relacionado, acima de tudo, a características como perseverança e disciplina (LE BRETON, 2013a, 2013b; LIPOVETSKY, 2000; PERROT, 2008; SANT’ANNA, 2014; VIGARELLO, 2006). O corpo se constrói – insistia o *Correio da Manhã*. Uma questão de vigilância constante, repetiam as colunistas. Ser bela passou, portanto, a ser resultado de força de vontade. Uma rotina de sacrifícios – como se submeter a séries de exercícios físicos e a produtos variados para a pele – era o que diferenciaria quem era dedicada com a aparência de quem não se cuidava, as mulheres apontadas como

“desleixadas”. “A ordem dada não é mais verdadeiramente vertical: joga mais com a culpabilidade, implicando o indivíduo e sua responsabilidade”, afirma Vigarello (2006, p. 265). Não seguir os rituais propostos pela imprensa feminina seria sinal de fracasso. “As feias caem em desgraça, até que o século XX as resgate: todas as mulheres podem ser belas. É uma questão de maquiagem e de cosméticos [...]” (PERROT, 2008, p. 50).

E o que era “ser bela” para o *Correio da Manhã*? Beleza, difundiam reportagens, notas e publicidades, era sinônimo de juventude e magreza. Lembramos que a história do corpo no Brasil não é linear nem homogênea, conforme demonstra Sant'Anna (2016), mas com o passar dos anos a obesidade passou a ser cada vez mais rejeitada ao mesmo tempo em que houve a valorização do corpo magro e tonificado.

Mesmo que o padrão de corpo feminino tenha apresentado variações propostas pela moda – ora devendo exibir-se curvilíneo, ora em linha reta – houve, no decorrer do século XX, um triunfo do ideal do corpo magro sobre o gordo no país. Segundo o sociólogo britânico Mike Featherstone (1993, p. 180), o mesmo podemos afirmar em relação à realidade europeia. Para o pesquisador, esta exaltação do corpo esguio no mundo ocidental deu-se a partir do fim dos anos 1920, com a conjunção de quatro indústrias: da moda, do cosmético, da publicidade e de Hollywood.

Figura 1: *Correio da Manhã* (15 out. 1939)



KOLYNOS é um creme dental científico, concentrado. Não se desajusta a qualquer pasta comum. Porque dura o dobro de qualquer pasta comum.

Tres retratos - Tres pintores - Tres mulheres. MADAME CHALGRIIN. A vida de "Madama" Chalgrin constitui um ritmo habitual.

MADAME CHALGRIIN. A vida de "Madama" Chalgrin constitui um ritmo habitual. Ela é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

JÁ ESTOU MUITO MAIS FORTE! Durante a convalescença, os sintomas precisam ser substanciais, aplicativos e de fácil digestão. As sopas, mingaus e limonadas são os melhores para poder preparar com a MAIZENA DUREY.

GRATIS! O Pãozinho de leite com leite condensado e açúcar. Com ele torna-se possível preparar de deliciosos pratos.

Retalhos de Tecidos das Fabricas DO RIO E DOS ESTADOS. Deposito de Retalhos RUA DO COSTA Nº 8.

DA INFLUENCIA DO "CLIMA" NA INSERÇÃO. A esta altura de outono, a influência do clima na inserção é muito grande.

OS TAVARES BASTOS. O Sr. Tavares Bastos é um homem de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

ANNA DE CLEVER. Anna de Clever é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

ANDRÉIA. Andréia é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

JOANINA DE ARAGON. Joana de Aragon é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

Encontrou a cabeça. Nos fins de século passado, um cavalheiro de nome...

As Rugas que Envelhecem-

vão desaparecendo com este tratamento da Pelle Interna!

É difícil de crer - mas estas pequenas rugas que aparecem cravadas no superficie têm sua origem debaixo da cutis!

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

MADEIRA. Madeira é uma mulher de mundo, com um charme que não se desajusta a qualquer pasta comum.

manequins cada vez mais magras, as colunas de moda alertavam para os riscos da exposição em público do novo “inimigo número 1” das brasileiras: a celulite. A divulgação de trajes de banhos menores e de minissaias também exigiria “um corpo bem cuidado, com músculos firmes, a silhueta delgada e com pouca gordura, e com carnes firmes”, (CELULITE..., 1960, p. 1), advertia o *Correio*.

Ao mesmo tempo em que aumentavam as prescrições destinadas ao combate a gorduras e rugas, cresciam os espaços nos suplementos reservados a uma nova personagem: a menina-moça. Assim, quando um ideário de juventude passou a circular entre as várias esferas da sociedade, o *Correio da Manhã* criou colunas e seções para enaltecer o que considerava o novo modelo de beleza: a pele ainda mais lisa e o corpo rígido. Às meninas-moças eram, então, apresentadas pela primeira vez uma moda específica, um penteado apropriado, um *dever-ser* que a diferenciavam das outras – as que começavam a atravessar as fronteiras da graça, da sedução, da juventude, enfim.

Pelas páginas femininas do *Correio*, as mulheres brasileiras de um determinado grupo social leram, dia após dia, que a beleza estava caracterizada como *esbeltez/esbelteza, frescor, agilidade juvenil* – intimamente ligada a um corpo *esguio, leve, magro*, que apresente *cintura fina, músculos fluidos, silhueta delgada e linhas retas*. As outras, as abjetas, eram representadas como *corpulentas, gordas, rotundas, velhas exemplos de fealdade feminina* – mulheres, portanto, consideradas, pelo impresso, como *fracassadas*. As gordas e velhas, representantes do grupo das incapazes de construir o próprio corpo, eram o antiexemplo apresentado cotidianamente pelo diário. Afinal, repetiu o periódico durante décadas seguidas, rugas e gordura deveriam ser mantidas longe dos olhos. Educadas, constantemente pelo jornal, para a obtenção do corpo delgado e firme, às mulheres foi ensinado a rejeitar o que seria a carne desprezível.

Considerações finais

Inspirados no pensamento de um grupo de historiadores franceses, notadamente Roger Chartier (1990, 1996), entendemos que jornais impressos são artefatos resultantes de redes de sociabilidades, crenças e aspirações de grupos sociais específicos. Portanto, considerando-se um jornal um lugar privilegiado da informação e sua divulgação, é preciso estar vigilante não só à maneira *como* diz, mas às principais leituras de mundo que marcaram suas páginas e seções, além das zonas de silêncio estabelecidas em determinados espaços e épocas.

Conforme atesta Goellner (2013), compreendemos que há sempre várias pedagogias em circulação que não apenas a pedagogia estritamente escolar. A pesquisadora ressalta que impressos, músicas, filmes, imagens e anúncios também são considerados “locais pedagógicos”, pois estão o tempo todo a dizer sobre nós – tanto pelo que exibem tanto pelo que ocultam (GOELLNER, 2013, p. 31, grifo da autora). Ao exercitarem *pedagogias*, esses espaços e setores – a mídia, a igreja, a escola e a família, por exemplo – nos ensinam formas de ser e de estar no mundo. É assim que “estabelecem hierarquias, classificam, aprovam e desaprovam corpos e aparências; sancionam e penalizam comportamentos, gestos, atitudes” (LOURO; FELIPE; GOELLNER, 2013, p. 7).

Desse modo, ao divulgar tabelas de pesos e medidas, prescrever exercícios físicos, propagar modelos estéticos, além de uma série de regras envolvendo produtos e movimentos contra o surgimento de rugas e outras imperfeições da pele, o *Correio da Manhã* demonstrou às leitoras e, conseqüentemente, a quem folheasse as páginas femininas do periódico, que estava em diálogo com outros impressos e outras instâncias da sociedade acerca da construção de um novo imaginário ocidental em relação ao corpo da mulher. A seleção da informação significa, portanto, a ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo, assinala Marques de Melo (1985, p. 59).

Apesar de a história das mulheres, conforme demonstrou Perrot (2005), ser marcada por permanências e mudanças, ressaltamos que a maioria dos ensinamentos divulgados pelo *Correio da Manhã* dirigidos às

brasileiras foi, sim, recorrente: a bela, do século XX, é a mulher magra e jovem.

Referências

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil: 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, Marialva. *História da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2013.

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

CAMPOS, Raquel Discini. *Os álbuns ilustrados do sertão paulista (1900-1954): projetos, circulação e materialidade*. 2015. 115f. Relatório (Pós-Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

CAMPOS, Raquel Discini. A educação do corpo feminino no *Correio da Manhã* (1901-1974): magreza, bom gosto e envelhecimento. *Cadernos Pagu*, Campinas, SP, n. 45, p. 457-478, dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332015000200457&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 6 ago. 2016.

CAMPOS, Raquel Discini. Floriano Lemos no *Correio da Manhã*, 1906-1965. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 20, p. 1333-1352, nov. 2013. Suplemento. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v20s1/0104-5970-hcsm-20-s-1333.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

CAMPOS, Raquel Discini. *Mulheres e crianças na imprensa paulista: educação e história*. São Paulo: Ed. Unesp, 2009.

CAMPOS, Raquel Discini. 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, SP, v. 11, n. 1, p. 45-70, 2012. Disponível em: <<http://www.rbhe.sbhe.org.br/index.php/rbhe/article/view/320>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

CAMPOS, Raquel Discini. Philippe Ariès: a paixão pela história. *Cadernos de História da Educação*, Uberlândia, v. 11, n. 1, p. 269-284, jan. 2012. Quadrimestral.

CELULITE: inimigo da beleza. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 29 maio 1960. 5º caderno. Feminino, p. 1.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.

CHARTIER, Roger. (Org.) *Práticas de leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

FEATHERSTONE, Mike. The body in consumer culture. In: FEATHERSTONE, Mike; HEPWORTH, Mike; TURNER, Bryan S. (Org.). **The body**: social process and cultural theory. London: Sage Publications, 1993. cap. 6, p. 170-194.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. *Hemeroteca digital brasileira*. Rio de Janeiro, abr. 2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A produção cultural do copo. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre. *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013. cap. 2, p. 30-42.

LEAL, Carlos Eduardo. *Correio da Manhã*. 2009. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-da-manha>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

LE BRETON, David. *Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*. Campinas, SP: Papius, 2013a.

LE BRETON, David Le. *Antropologia do corpo e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 2013b.

LEAL, Carlos Eduardo. *Correio da Manhã*. 2009. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-da-manha>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher. Permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

LUCA, Tania Regina de. *A grande imprensa na primeira metade do século*

XX. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2015. cap. 2, p. 149-175.

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos: trajetórias e perspectivas analíticas. In: PINSKY, Carla B. (Org.). *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 111-154.

LUCA, Tania Regina de. Imprensa feminina: Mulher em revista. In: PINSKY, Carla; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. p. 447-468.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

NEIVA, Renata Maria de Oliveira. *Pedagogias da beleza: a história da educação do corpo feminino no Correio da Manhã (1925-1972)*. 2018. 189 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10/14393/ufu.te.2018.309>

NEIVA, Renata Maria de Oliveira. *Uma feira para Amélia: a educação da mulher brasileira pela coluna Correio Feminino do jornal Correio da Manhã (1959-1961)*. 2014. 147 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2014.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2008.

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

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Gordos, magros e obesos: uma história do peso no Brasil*. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da Beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

VIGARELLO, Georges. *História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

Recebido em maio de 2019.
Aprovado em julho de 2019.

