

EDUCAÇÃO FEMININA A PARTIR DE IMPRESSOS: O JORNAL DAS MOÇAS E OS CONSTRUTOS DE SIMONE BEAUVOIR

LOURDES RAFAELLA SANTOS FLORENCIO

Doutoranda e mestre em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Especialista em Docência do Ensino Superior (2010) e em História do Brasil (2014) pela Faculdade Latino Americana de Educação (Flated). Licenciada em História (2008) pela Universidade Regional do Cariri (URCA). Professora do curso de Pedagogia da Flated. Membro do Grupo de Pesquisa História e Memória da Educação (NHIME/UFC). Atua e desenvolve pesquisas relacionadas ao Ensino de História e História da Educação com imbricações que perpassem pelas discussões de gênero e diversidade étnico-racial.

E-mail: <rafaellaflorencio@gmail.com>.

LUCIANA KELLEN GOMES DE SOUZA

Doutora e mestre em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Especialista em Psicopedagogia Clínica e Institucional pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA) e em Coordenação e Gestão Escolar pela Faculdade Latino Americana de Educação (Flated). Graduada em Pedagogia. Professora do curso de Pedagogia da Faculdade 7 de Setembro (FA7). Atua e desenvolve pesquisas no âmbito da Educação Infantil e da Avaliação Educacional.

E-mail: <luciana_gomes@virtual.ufc.br>.

TEREZA MARIA DA SILVA FERREIRA

Doutoranda em Educação Brasileira pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira na Universidade Federal do Ceará (UFC). Especialista em Gestão Escolar pela Universidade Estadual do Ceará (UECE). Graduada em Pedagogia pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

E-mail: <terezaceifa@hotmail.com>.

[...] a filha é para a mãe ao mesmo tempo um duplo e uma outra, ao mesmo tempo a mãe adora-a imperiosamente e lhe é hostil; impõe à criança seu próprio destino: é uma maneira de reivindicar orgulhosamente sua própria feminilidade e também uma maneira de se vingar desta. [...] as mulheres, quando se lhes confia uma menina, buscam, com um zelo em que a arrogância se mistura ao rancor, transformá-la em uma mulher semelhante a si próprias. E até uma mãe generosa que deseja sinceramente o bem da criança pensará em geral que é mais prudente fazer dela uma 'mulher de verdade', porquanto assim é que a sociedade a acolherá mais facilmente.

(Beauvoir, 1980, p. 23)

Em 1949, Simone Beauvoir lança a obra que seria um marco dentro da luta para a emancipação feminina, a obra *O segundo sexo*. Talvez a produção mais lida, discutida e polemizada já produzida no seio acadêmico sobre a condição social da mulher no mundo.

Embora só se intitule feminista nos anos 60 do século XX, Beauvoir dá um grande passo debatendo sobre a necessidade da liberdade feminina em seu sentido amplo. Ainda que entre o final do século XIX e início do século XX alguns direitos tenham sido conquistados pelas mulheres, como o direito ao voto, mesmo assim, feministas e transgressoras como Beauvoir amadureciam novas concepções sobre o Ser Mulher que se distanciavam cada vez mais das apregoadas pelo discurso biológico e religioso.

Este é um estudo existencialista sobre a condição feminina, a partir da construção histórica, amparado pela transmissão da tradição e pela educação feminina, as quais, segundo Beauvoir, criam relações de subjetivação regularizadas pela negação e dependência. Foi exatamente o papel

da educação para a edificação das identificações femininas que nos fez revisitar as contribuições da obra *O segundo sexo*.

Simultaneamente às produções de Simone Beauvoir e de tantas outras mulheres do movimento feminino e feminista, o Brasil da primeira metade do século XX também vivencia a circulação de inúmeras publicações, tendo como destaque os jornais e revistas impressas, os quais encontraram nas leitoras brasileiras um público fidedigno.

É indiscutivelmente na alvorada do século XX que as mulheres passam a imiscuir-se em inúmeros espaços sociais. Essa ocupação veio acompanhada do novo estilo de vida urbana que o Brasil vivenciava desde meados do século anterior. Analisando essa relação a partir do processo de industrialização do país, a historiadora Margareth Rago (1985, p. 62) expõe que, desde o final do século XIX, estava sendo gestado um “novo modelo normativo de mulher”, estabelecendo novas formas de relacionamento: a “[...] invasão do cenário urbano pelas mulheres, no entanto, não traduz um abrandamento das exigências morais, como atesta a permanência de antigos tabus, como o da virgindade”. Numa sociedade marcada pela polarização liberdade – intervenção, quanto mais as mulheres participavam da vida pública, “[...] mais a sociedade burguesa lança sobre seus ombros o anátema do pecado, o sentimento da culpa diante do abandono do lar, dos filhos carentes, do marido extenuado pelas longas horas de trabalho” (RAGO, 1985, p. 63).

Para além do debate sobre a mulher e sua inserção no mercado de trabalho ou em espaços educacionais formais, buscamos neste espaço discutir sobre a formação moral dessas mulheres nessa relação de liberdade e controle dos seus corpos e almas. Não podemos, entretanto, desconsiderar que, no já mencionado período, houve um aumento substancial da presença da figura feminina nos espaços formais de edu-

cação, embora tal formação tivesse objetivos diferentes da educação masculina. Ser uma boa filha, esposa e mãe, talvez fosse essa a tônica da formação intelectual feminina. Decisivamente, o letramento feminino permitiu inúmeras possibilidades, inclusive profissionais, com destaque para a docência.

O sociólogo Renato Ortiz (1988) abaliza que muitas das mudanças ocorridas no Brasil nesse período fazem parte do projeto de modernização do país. Especificamente sobre a acessibilidade aos bens culturais, em especial para este estudo, ao mercado de livros, revistas e jornais, Ortiz (1988, p. 121) diz que a conjuntura cultural brasileira estava marcada pela ampliação e volume do que ele chama de “mercado de bens culturais”. Para ele, na metade do século XX, “[...] ocorre uma formidável expansão, em nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nessa fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa” (ORTIZ, 1998, p. 121).

Os impressos são vistos como valiosa possibilidade de diálogo com vidas cotidianas passadas, pois eles pintam parte dos debates comuns de uma sociedade. Assim como se observa o aumento das mulheres no espaço escolar, igualmente se vê o crescimento nada tímido de produções voltadas para esse público. A imprensa feminina, comercial ou feminista, exerceu um proeminente papel na formação moral das mulheres letradas. Diante dessa constatação, podemos intuir que as revistas femininas atuaram como turbinas nos processos de manutenção e alteração do comportamento feminino brasileiro.

A revista carioca *Jornal das Moças*¹, destinada apenas ao público feminino, sendo, portanto, portadora de uma

¹ Um enorme acervo dos exemplares do impresso *Jornal das Moças* encontra-se disponível para acesso e *download* na página da hemeroteca Digital Brasileira, sob domínio da Biblioteca Nacional Digital. Os exemplares vão desde o primeiro, em 1914, até o último, em 1961.

pedagogia feminina seguramente desejada e compartilhada não apenas pelas moças cariocas. Fundada em maio de 1914, a revista tinha periodicidade semanal, permanecendo com suas atividades até dezembro de 1961. Embora publicada no Rio de Janeiro, a revista *Jornal das Moças* era distribuída para várias regiões do Brasil. O periódico possuía uma média de páginas volumosa e buscava discutir vários aspectos do mundo feminino. Para fins didáticos, usaremos doravante a sigla JM para nos referir ao *Jornal das Moças*.

O texto de apresentação da primeira revista, em 1914, define-a e se propõe a seguinte tarefa:

Levar ao lar das famílias patricias, além da graça e do bom humor que empolgam, da música e canto que embalam, os brincos e cantos infantis que deleitam, a moda que agrada, do romance que desfaz as visões tristes da existência, da nota mundana que satisfaz a curiosidade insofrida, os conhecimentos úteis que instruem².

O cinema *hollywoodiano* e brasileiro; dicas de beleza; culinária; moda; higiene do corpo; educação dos filhos; entre outros assuntos, faziam do JM um impresso completo para as mulheres brasileiras: “Jornal das Moças – A revista de maior penetração no lar”, esse jargão está presente em boa parte das revistas analisadas até então. Observando o periódico em seu contexto, fica sugerido o entendimento de que, muito mais do que ser um jargão, o JM buscou penetrar nas esferas mais profundas dos lares brasileiros.

Analisando as revistas, entendemos que se trata de um periódico de grande circulação e larga escala de tempo. Periódicos com essas características, como o *Jornal das Moças*, em geral, carregam, excluem, incluem ou ressignificam elementos de acordo com o contexto histórico.

² *Jornal das Moças*, Ano I, número I. Rio de Janeiro, 1914.

Ainda no primeiro exemplar do JM, datado de 1914, a revista apresenta algumas características que as mulheres deveriam possuir. Para ficar mais elucidativo, já que se trata de um texto carregado de ordenações morais, importantes de serem salientadas, dividimo-lo em dois momentos, entretanto sem interferir na ordem do texto. Intitulada por "O que a mulher deve ser", a coluna elenca dez importantes afirmações e conselhos.

1 - Honrada por dever e não por calculo. É uma triste verdade que nem todas as honradas se casam, mas não é também menos verdade que as maculadas só por excepção se matrimoniam.

2 - Coquette com o homem a quem amou, mas não com dois ao mesmo tempo, como as vezes acontece, pois acabará por não apanhar nenhum.

3 - Usar de maior limpeza e asseio possíveis. Aos homens agrada tanto a mulher assejada como desagrada a que se descuida com a sua hygiene. Venus, em nudez, a sahir das brancas espumas das aguas, é mil vezes mais bella do que uma senhorita, cheia de enfeites e de oleos.

4 - É de bem que procure agradar o homem, pois para isso nasceu, mas sem que tente deslumbral-o, afêctando dotes e qualidades que não possui. Com cadeiras postiças e seios de algodão, raramente ateará incêndio ao combustivel do amor, ou, quando isso aconteça, bem depressa extinguirá.

5 - Vestir com simplicidade, embora com bom gosto. Não exclue a modéstia e elegância, nem aquella exclue a arte. Se é bella de rosto e possui outros atractivos physicos, facilmente seduzirá a quem a encare com qualquer espécie de tecido. A verdadeira formosura vence por si só. A falsa é a que tem necessidade de artificios para conquistar amores³.

³ *Jornal das Moças*, Ano I, número I. Rio de Janeiro, 1914.

O texto apreende e difunde condutas importantes, visivelmente pautadas na civilidade. Educando suas leitoras e preparando-as para exercerem sua feminilidade. Ainda com o escopo de intervir nas condutas femininas, o artigo continua:

6 - Si está enamorada e é correspondida, procure, si o seu coração consente, não ceder ao namorado mais do que a boa educação permite. Embriague-o com palavras, com suspiros, com promessas, com lagrimas, mas não consista nunca que o amor sinta o sabor dos beijos. Póde algumas vezes, quando já se sente quasi garantida pelo compromisso amoroso, fingir um instante de distração para que o namorado a beije, reclamando, porém, em seguida, em termos brandos, contra a ousadia. Isso aguçará o desejo do casamento para mais breve.

7 - Quando for esposa, é que deve, mais do que nunca, galantear o marido, para que este nunca se enfureça do amor conjugal. Deve procurar levantar-se mais cedo do que elle e sempre ás escuras ou sob a penumbra do aposentos, para que o marido não a veja desgrenhada. Algumas esposas, ao envez de procurarem agradar aos maridos, exibem-se, ao contrario, aos olhos delles em grosseiro desalinho, sem comprehenderem quanto podem perder com esse procedimento.

8 - Não convém despachar muitos pretendentes, pois cada vez mais escasseiam os candidatos ao matrimonio. Não sonhe com príncipes nem com titulares ou doutores. Contentese com quem possua elementos physicos para ganhar a vida e bastante força para tomal-a em seus braços algumas vezes por semana, em attitude carinhosa.

9 - Não olhe de má vontade os homens serios. São estes os únicos que pouco falam e muito fazem pela vida.

10 - Não case com philosophos. Estes, ou são muitos distrahidos ou têm a mania de analysar tudo. Tanto

num como noutro caso são maus maridos, já por falta, já por excesso⁴.

O texto passa claramente a opinião de que a mulher nasceu com a função social de conceber matrimônio. Todavia, para ter sucesso no seu desempenho, compete-lhe ter atributos pré e pós-nupciais. Agradar o homem está presente em todos. Acima de tudo, comungando com os preceitos católicos, a mulher deve ter como virtude sua honra.

As moças deveriam, sim, paquerar, entretanto apenas um por vez. Alerta ainda que o número de pretendentes, com o passar do tempo, diminuía, não sendo aconselhável despachá-los. O texto ainda destrói o sonho de almejar o príncipe encantado dos contos literários e rapidamente prescreve os atributos que um bom pretendente deveria possuir, como trabalhar para sustentar o lar e ser forte, esse segundo atributo referindo-se à virilidade masculina. Enaltece o “homem sério” e despreza o “philosopho”.

Mesmo após se casar, a saga feminina não acabava. Há uma veemência ao abordar a questão da limpeza pessoal; cabe salientar que nesse período o Brasil ainda vivenciava projetos de higienização, inclusive com intervenção médica. Aconselha as mulheres casadas a acordarem antes dos maridos para que eles as vissem sempre arrumadas.

Chama-nos a atenção o quanto a aparência ganha destaque, porém tendo como medida a descrição, o “bom gosto” e a simplicidade, não devendo nunca a mulher apresentar-se com “cadeiras postiças e seios de algodão”. Honesta, prendada, bonita, limpa e, até certa medida, sedutora, esses são os elementos que compunham o leque de atributos que a mulher deveria apresentar.

⁴ *Jornal das Moças*, Ano I, número I. Rio de Janeiro, 1914.

A supracitada coluna não apresenta autoria; essa omissão merece ser analisada. Em consonância com Foucault (2001), entendemos que o escritor, quando escreve, ele o faz a partir da individualização de ideias, antes universais ou homogêneas. Dessa forma, em sua função, o autor exprime “[...] algumas características do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade” (FOUCAULT, 2001, p. 274).

Para que não haja um hiato entre o texto aqui transcrito e a discussão sobre a educação moral feminina, arriscamos a dizer que, embora suas ideias não sejam um axioma brasileiro, seguramente representa uma significativa parcela dela, e a supressão do autor da coluna reafirma esse entendimento, pois, na contramão do anonimato, “[...] o fato de haver uma ‘tal pessoa é o autor disso’ indica que esse discurso não é uma palavra cotidiana, indiferente, uma palavra que se afasta, que flutua e passa, uma palavra imediatamente consumível” (FOUCAULT, 2001, p. 274).

A Revista JM chega aos anos 1950 com todo vigor, período de lançamento de *O segundo sexo* pela intelectual Simone Beauvoir na França, a qual, na contramão do expresso pelo semanário, origina sua célebre frase, “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher”. Beauvoir (1980, p. 9) afirma que:

Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um Outro.

A partir de uma visão existencialista, Beauvoir descreve o comportamento feminino como um movimento de internalização, muitas vezes sem consciência racional.

Enquanto Beauvoir estremece especialmente a academia com seus construtos, no Brasil, as moças tinham suas “vocações naturais” reafirmadas nas edições do JM. Embora passadas quatro décadas, o objetivo inicial, já apresentado anteriormente, continua latente. Eclético nos assuntos, o semanário consolida o seu trabalho, expresso pelo volume de anúncios e propagandas de serviços e produtos mais variáveis, todos ligados ao universo feminino.

A beleza feminina e os inúmeros produtos para esse fim estão em demasia no JM, imprimem e evidenciam o desenvolvimento industrial e comercial brasileiro e jogam luz sobre as mulheres, identificando-as como consumidoras

JORNAL DAS MOÇAS

Não é preciso Coroa
para se Ririnha!

SABONETE
GESSY

A mulher, a maestra
de reside na beleza.
E é tão fácil retirar sobre os
corações!
Especilmente usar ditacionte
o Sabonete GESSY. Sua or-
puno, suave e perfum-da-
torra a cãtia jovem e esab-
dada, assegurando uma cora-
para cada mulher bonita.

em potencial. Com isso, o JM faz alusão a uma mulher prática, moderna e essencialmente urbana, que trafeja pelas ruas, praias, cafés e outros espaços da cidade, sem ainda deixar de reforçar o modelo de mulher asentada no lar.

À esquerda, apresentamos uma peça publicitária de sabonete retirada do JM, entre inúmeras propagandas comerciais do gênero.

Imagem 1 – Propaganda comercial no JM

Fonte: *Jornal das Moças*, 16 de maio de 1950, pag. 22.

De antemão, do volume de propagandas de marcas de sabonetes, acompanhadas pelo aconselhamento dos benefícios de tais produtos se usados diariamente, intui-se que a prática do banho diário e a utilização do sabonete não eram ainda atividades rotineiras na vida das leitoras. No entanto, a escolha por essa imagem, em detrimento de outras, não se deu ao acaso, pois nela se destaca o *marketing*, a figura de uma coroa acompanhada pela frase “Não é preciso coroa para ser rainha”.

Essa referência à mulher como rainha, especificamente à rainha do lar, remonta à discussão de Rago (1985, p. 65), segundo a qual “[...] certamente, a construção de um modelo de mulher simbolizada pela mãe devota e inteiro sacrifício, [*sic*] implicou sua completa desvalorização profissional, política e intelectual”. A historiadora ventila que o padrão feminino edificado para as mulheres da primeira metade do século XX aloca sobre elas a gerência do lar, anulando o seu papel em outras esferas, de forma que a desvalorização é “[...] imensa porque parte do pressuposto de que a mulher em si não é nada, de que deve esquecer-se deliberadamente de si mesma e realizar-se através dos êxitos dos filhos e do marido” (RAGO, 1985, p. 65).

Observamos, portanto, uma tênue ligação entre o público e o privado, ordenado pelo culto à aparência, não apenas física. A própria família, dentro dessa roupagem, tem a sua intimidade envolvida por essa necessidade de exteriorizar um estilo de vida no qual a mulher seria a coluna estruturante.

A dona de casa idealizada deveria manter uma organização do cotidiano do lar e dos afazeres domésticos, cozinheira de “mão cheia”, educadora dos filhos e, não obstante, possuidora de uma aparência impecável. Talvez

por essa razão o JM tivesse algumas colunas permanentes voltadas para esses fins.

No livro *A ordem do discurso*, Michael Foucault (2009, p. 8-9) nos diz que, “[...] em toda a sociedade, a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos”. Nessa perspectiva, podemos entender as matérias do JM na década de 1950 e os escritos de Simone Beauvoir como elementos discursivos ligados ao anseio e ao poder.

O poder, nessa óptica *foucaultiana*, concentra-se em uma relação de forças, capilarizado em todos os espaços através de “micropoderes”, e não apenas concentrado em uma instituição ou Estado, suscitando não apenas repressão, mas igualmente construindo saberes, verdades e subjetividades.

Considerações finais

Neste estudo, buscamos analisar duas representações diferentes sobre educação feminina não formal a partir dos escritos da filósofa francesa Simone Beauvoir, em sua obra *O segundo sexo*, de 1949, e das colunas da revista carioca *Jornal das Moças*.

Embora se trate apenas de um ensaio que posteriormente iremos amadurecer, rematamos que essas produções voltadas para o público feminino são munidas de “micropoderes”, em uma visão *foucaultiana*, as quais, em seus discursos, tecem verdades e identificações, embora não sejam únicas e homogêneas, e sim múltiplas e heterogêneas.

Referências

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo: fatos e mitos*. São Paulo: Difusão Européia, 1980.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 18. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? In: FOUCAULT, Michel. *Ditos e escritos – estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. p. 264-298.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

RAGO, Margareth. *Do cabaré ao lar: a utopia da cidade disciplinar*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

TEREZA MARIA DA SILVA FERREIRA

Docente em Educação Brasileira pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da Universidade Federal do Ceará (UFC), especialista em Gestão Curricular para Universidade (FCC/Unicamp/2012), Especialista em Pedagogia para Universidades (2012) pela Universidade de Araraquá (UNIA), E-mail: <terezamariaferr@uol.com>

JOSE GERARDO VASCONCELOS

Foi docente em História da Educação (2011) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e em Artes (Cinco) (2011) pelo mesmo de nome da Universidade Federal do Rio Grande do Norte em Natal (2011) pela Universidade Federal do Ceará (UFC), passou em Sociologia (1997) pela Universidade Federal do Ceará (UFC), passou em Sociologia (1994) pela UFC, Especialista em Gestão Escolar (1994) pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), Bacharel em História (1989) pela UFC, Licenciado em História (1984) pela UFC, Inter (2010-2012) do Programa de Educação Superior (PES) em Pedagogia da UFC e Inter de Curso de Pedagogia de História e Memória da Educação (PES/UECE) e Inter de Curso de História da UFC, E-mail: <gerardovasc@uol.com.br>

CAMILA SARANA DE MATOS

Docente em Educação Brasileira pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da Universidade Federal do Ceará (UFC), Especialista (2013) em Pedagogia pela UFC, Especialista em História da História e Memória em Educação (PES/UECE), Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (Capes), E-mail: <camilasarana@ig.igbrasil.com>