

## 1948: o *New Look*, as mulheres que protagonizam as capas da *Revista da Semana* e passam o fim de semana na cozinha<sup>1</sup>

Maria Rita GARCEZ<sup>2</sup>

Graduanda

Alice MELO<sup>3</sup>

Doutora

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

A partir de análise quantitativa e social das capas, da coluna “Week-End na Cozinha” e da tendência de moda presente no “Suplemento da Mulher”, seção voltada ao público feminino, da *Revista da Semana*, no ano de 1948, o artigo procura apresentar a moda e o papel que a mulher exercia no final da década de 1940, período imediatamente posterior ao término da Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Apesar de revelar um lado revolucionário e de exaltação da mulher, a publicação ainda contribuía para a manutenção dos ideais burgueses patriarcais da época.

**Palavras-chave:** História da Mídia Impressa; Moda; *New Look*; *Revista da Semana*; Mulheres.

### Introdução

A *Revista da Semana* foi criada na cidade do Rio de Janeiro por Álvaro de Tefé, em 1900 e encerrou sua circulação em 1959. Logo após o lançamento de sua primeira edição, em 20 de maio de 1900, a revista foi comprada pelo periódico *Jornal do Brasil*<sup>4</sup>. Ela era conhecida por ser uma revista de variedades, voltada à arte e cultura, que publicava textos referentes à literatura, moda, comportamento, cotidiano, colunismo social, entre outros assuntos.

No início, o projeto editorial, apesar de ser destinado a um público dos grupos médios, composta por homens ou mulheres, contemplava o universo masculino, uma vez que a maior parte das matérias eram direcionadas a ele. “[...] Em seus primeiros anos, a *Revista da Semana* deu uma ênfase acentuada à gravura masculina, fato que pode ser observado pela

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Impressa, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia, e candidato ao 6º Prêmio José Marques de Melo de Estímulo à Memória da Mídia.

<sup>2</sup> Discente de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: mariarita.garcez@discente.eco.ufrj.br.

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: meloalice1@gmail.com.

<sup>4</sup> *Jornal do Brasil* era um periódico tradicional carioca. Foi fundado pelo jornalista Rodolfo Epifânio de Sousa Dantas em 1891 com o intuito de defender a monarquia de D. Pedro II após a Proclamação da República. O jornal teve o seu auge no início do século XX, quando sua tiragem diária atingia 60 mil exemplares, a maior da América do Sul. Como era o principal veículo de mídia impressa, ditava costumes no país inteiro e, assim, ficou conhecido como “Popularíssimo”. Por causa dessa prosperidade, houve modernização da publicação, que investiu em maquinário de última geração que permitia a impressão de ilustrações coloridas. O *Jornal do Brasil* foi o primeiro a colocar ilustrações nas páginas e pioneiro na criação de um caderno exclusivo para esportes.

marcante presença de fotografias e gravuras que retratavam homens em suas capas e no seu conteúdo interno” (CASADEI, 2017, p. 1).

A partir de 1914, o *Jornal do Brasil* vendeu a revista para Carlos Malheiro Dias, Aureliano Machado e Artur Brandão. A partir daí, ocorre a “feminização” na revista. Em 1915, isso fica mais evidente, com a criação da seção “Jornal das Famílias”. De acordo com (CZRNORSKI; MEYRER, 2016), a seção era dedicada à elite do Rio.

A seção evidencia em suas páginas, especialmente as moças e senhoras da elite carioca, que frequentavam salões, teatros, dentre outros espaços de sociabilidade destinados a esse grupo social. Eram, em geral, escolarizadas e apreciavam a leitura como forma de instrução das novidades sobre moda e vestuários do seu tempo (CZRNORSKI; MEYRER, 2016, p. 8).

Esse alinhamento aos ideais burgueses permanece até a data analisada. Denota-se ainda a influência da moda de Paris. O ano de 1948 foi marcado por mudanças na *Revista da Semana*. A introdução de um sumário condensando os assuntos da revista, distribuídos em suas páginas, é uma das mais importantes, uma vez que as publicações da época não adotavam essa lógica de organização editorial. Além disso, a publicação trazia artistas hollywoodianas nas capas naquele ano. Logo na primeira edição, a *Revista da Semana* destaca: “A REVISTA inicia o ano novo apresentando na capa a figura perturbadora de Rita ‘Gilda’ Hayworth” (*Revista da Semana*, 03 jan. 1948, p. 3). Rita é uma atriz hollywoodiana que ficou famosa pelo filme *Gilda*.

Figura 1: Capa e sumário da primeira edição de 1948 da *Revista da Semana*.



Fonte: *Revista da Semana*, 03/01/1948, p. 1-3/ Hemeroteca Digital Brasileira.

Essa mudança de projeto editorial voltado ao público feminino foi enfatizada no pós-guerra, já que outras publicações surgiram e competiam diretamente com a *Revista da Semana*. Por vezes, o “Suplemento da Mulher” tinha cerca de 20 páginas recheadas de assuntos femininos. Mesmo com todas essas inovações, no entanto, a revista chegaria ao fim em 1959.

O foco deste trabalho é compreender o papel feminino na sociedade carioca no fim dos anos 1940. Para isso, analisaremos alguns dos artigos publicados pela revista, sobretudo aqueles cujo foco é a questão da moda. Para isso, selecionamos três aspectos fundamentais da publicação, no ano de 1948: as capas; o estilo de moda, criado por Christian Dior, denominado *New Look*<sup>5</sup>; e a coluna “Week-End na Cozinha”<sup>6</sup>, seção feita de dicas de culinária para o fim de semana. Todas as edições analisadas estão disponíveis no site da Hemeroteca Digital Brasileira, da Fundação Biblioteca Nacional.

### **As capas de 1948**

No ano de 1948, a *Revista da Semana* estampou mulheres nas capas. Eliza Casadei destaca as mudanças que ocorriam na publicação desde os anos 1910. Segundo a autora, desde a primeira década do século XX, a revista passou a ser dirigida também ao público feminino.

Ou seja, embora fosse uma revista para o público geral e muitos homens ainda consumissem a *Revista da Semana* (com textos destinados a eles), passou-se para o direcionamento editorial de uma revista com um forte consumo feminino. Tal característica começa a aparecer nos aspectos composicionais de suas capas. Das 42 capas publicadas em 1914, 74% delas continham mulheres, em contraste com a marcante presença masculina dos anos anteriores (CASADEI, 2017, p. 1).

A autora ainda observa que as capas de homens e mulheres eram diferentes naquela época. As mulheres apareciam sozinhas, muitas vezes: “Além disso, em 77% das capas com mulheres, elas aparecem sozinhas, de forma que é possível inferir que elas passam a ser valorizadas em suas individualidades e não a partir de suas relações no projeto editorial urdido” (CASADEI, 2017, p. 2).

No ano de 1948, nota-se essa mudança: 51 das 52 capas são estampadas por mulheres artistas e a única que não tem uma mulher na capa é estampada pela pintura *Madonna del Granduca*, de Raphael Sanzio. A pintura, que é a capa da edição de Natal (número 51), é a

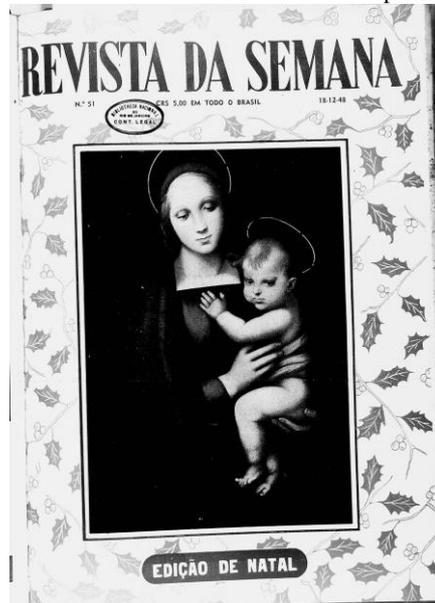
---

<sup>5</sup> Novo Olhar.

<sup>6</sup> Coluna que ensinava receitas para o fim de semana.

imagem de Nossa Senhora com o menino Jesus recém-nascido. Mesmo com seu pioneirismo em estampar capas com artistas, a revista ainda mantém a tradição cristã, destacando valores conservadores.

Figura 2: Capa da edição de Natal da *Revista da Semana* com a pintura *Madonna del Granduca*.



Fonte: *Revista da Semana*, 18 dez. 1948, p. 1 / Hemeroteca Digital Brasileira.

Ao editar mulheres famosas e independentes nas capas, a revista promove a valorização do trabalho dessas artistas, sendo elas, a maioria, atrizes da indústria de cinema de Hollywood, mostrando a força dessa indústria. Mesmo com a influência da França na moda, Hollywood também servia de inspiração para as mulheres.

Assim, 40 das 52 possuem nas capas 28 americanas, sendo que seis atrizes aparecem duas vezes como: Rita Hayworth (edições 1 e 42), Jane Russell (2 e 22), Ava Gardner (B00004 e 43), Adele Jergens (6 e 20), Ann Miller (19 e 41) e Arlene Dahl (25 e 52). Em seguida, quatro britânicas aparecem em cinco capas, sendo que, em três capas, são duas atrizes que ganharam o Oscar: Greer Garson (edições 11 e 36) e Joan Fontaine (47). As canadenses também aparecem, duas artistas em três capas (Yvonne de Carlo e Deanna Durbin). Somente uma sueca aparece, mas que tal como as outras estrangeiras, também Viveca Lindfors atuava no cinema americano. As atrizes que não trabalharam no cinema hollywoodiano foram as duas únicas brasileiras: Maria Della Costa (8) e Eva Todor (10).

Figura 3: Capas da *Revista da Semana* de 1948 estampadas por Adele Jergen, atriz americana que aparece duas vezes no mesmo ano, e Eva Todor, uma das duas brasileiras destacadas.



Fonte: *Revista da Semana* (Edição 6, 07 fev. 1948, p. 1; Edição 10, 06 mar. 1948, p. 1) / Hemeroteca Digital Brasileira.

Estes dados mostram que as atrizes que faziam mais sucesso na revista pertenciam à indústria de Hollywood. Cerca de 94% das 37 atrizes que figuram nas capas de 1948 da *Revista da Semana* trabalhavam em empresas cinematográficas estadunidenses.

Mesmo com a revista valorizando o trabalho dessas artistas, o periódico não fugia aos modos de pensar da época. Na primeira capa, Hayworth é apresentada como uma “figura perturbadora” por ser “Divorciada de Orson Welles, [...]” (*Revista da Semana*, 03 jan. 1948, p. 3). Uma prática comum é enunciar a atriz como “Senhora [nome do esposo]” e, assim, mesmo que ela trabalhasse no cinema, era sempre relacionado ao marido. Por exemplo, a *Revista da Semana* apresenta a atriz Lauren Bacall, que era conhecida por sua voz rouca e profunda, desta forma: “Volta hoje à nossa capa a senhora Humphrey Bogart, mais conhecida como Lauren Bacall [...]” (*Revista da Semana*, Edição 26, 26 jun. 1948, p. 3). Há falta de representação negra também. Nenhuma das atrizes que estampava as capas é preta ou parda, todas são mulheres brancas.



Figura 4: Capas da *Revista da Semana* de 1948 estampadas por Ava Gardner, atriz americana que apareceu duas vezes no mesmo ano, e Joan Fontaine, britânica ganhadora do Oscar.



Fonte: *Revista da Semana* (Edição 43, 23 out. 1948, p. 1; Edição 47, 20 nov. 1948, p. 1) / Hemeroteca Digital Brasileira.

### O *New Look*

O ano de 1947 foi bastante importante para o mundo da moda. Nesse ano, o francês Christian Dior inovou com sua coleção *Ligne Corolle* (Linha Corola), uma oposição aos tempos de guerra. “A ideia de Dior era a de retomar uma imagem de sonho, perdida ao longo dos últimos anos, fazendo a mulher involucrar-se em metros e metros de tecido, gastos na confecção de amplas saias a imitarem a corola das flores” (DE MEDEIROS FILHO, 2016, p. 4).

A coleção revolucionou a moda no final da década de 1940 e as roupas dominaram o modo de vestir dos anos 1950. A *Ligne Corolle* ficou conhecida como *New Look* por causa da editora-chefe da *Harper's Bazaar*, Carmel Snow, que apresentou a coleção aos leitores com a frase “*the New Look*”. O estilista prezava o resgate aos tempos anteriores à Segunda Guerra, criando peças que valorizavam a silhueta feminina e no uso dos tecidos para suas roupas. Estas lembravam a moda do século XIX. A opulência e fartura no uso de grandes metragens mostram modernidade também, já que nos tempos de guerra havia restrições quanto aos materiais para o vestuário.

Já na primeira edição da *Revista da Semana* do ano de 1948, Dior está presente na matéria “Noites Elegantes”, que dá dicas para mulheres que decidem o vestido de última hora para os bailes de réveillon – que eram frequentados pela alta sociedade carioca. Apesar de só



um dos vestidos ser Dior, os modelos são parecidos. Valorizam os seios, marcam a cintura e são confeccionados com grandes metragens de tecido.

Outro aspecto importante do trabalho de Christian Dior foi o rompimento com a década de 1930. Nessa época, as mulheres usavam roupas largas que deixavam a silhueta mais reta. A partir das criações do estilista, houve diferenciação entre os sexos, pois a marcação de atributos dos corpos femininos (busto e cintura, por exemplo) era usual nas peças. De acordo João Quintino, isso contribuiu para a construção do papel social feminino.

Sua adoção por mulheres dos quatro cantos do planeta colaborou na ênfase à separação entre os sexos, propiciada pelo apelo erótico das curvas arquitetadas nas dobras e franzidos dos panos, enchidos e armados com a intenção de criar volumes para a edificação de uma forma feminina semelhante à ampulheta, ou, como se disse no Brasil, o corpo-violão. O estilo que fez das mulheres flores ambulantes perpassou a década de 1950, contribuindo para a construção de uma identidade de gênero que associava o sexo feminino à maternidade, imagem que é recorrente nos anúncios publicados nos periódicos da época, a apresentarem a mulher como mãe e esposa, coroada como Rainha do Lar (DE MEDEIROS FILHO, 2016, p. 5).

Uma característica que chama atenção na revista é que, ao mesmo tempo em que apresenta as novidades do modista francês, a página tem duas colunas de assuntos que fogem à moda: as colunas “Mães e Filhos”, assinada por Zóia de Laet, e “Muro das Lamentações”, que é anônima, assinada pelo pseudônimo “Confidente”. Na edição 14, por exemplo, a primeira coluna tem o objetivo de conseguir doações para crianças que passam fome em outros continentes e a segunda dá dicas para uma mulher que provavelmente tem um relacionamento com um homem casado. Quem respondeu não julga a mulher em nenhum momento e ainda fala: “Deixe os parentes e os amigos que falem, de nada vale o conceito exterior de felicidade que os outros criam para nós” (*Revista da Semana*, 03 abr. 1948, p. 35), conselho ousado para a época.

Figura 5: Na *Revista da Semana*, a Dior era colocada como uma marca indicada para quem almejasse à elegância.



Fonte: *Revista da Semana* (Edição 1, 03 jan. 1948, p. 48; Edição 25, 19 jun. 1948, p. 41; Edição 30, 24 jul. 1948, p. 36 / Hemeroteca Digital Brasileira.

Na sexta edição da revista, a jornalista Olga Obry discorre sobre a coleção do mesmo estilista. Christian Dior é colocado como criador ousado e autêntico. Na maioria das vezes, elogiado de forma positiva. Olga fala, por exemplo, sobre a originalidade dos nomes que Dior dá às suas criações: “A originalidade de Christian Dior exterioriza-se até mesmo nos nomes que ele dá aos seus modelos e as cores novas da temporada: um vestido de noite, em cetim cor de marfim e negro, linha ‘flor’, chama-se ‘Virgem louca’; [...]”. Além disso, ela demonstra que as pessoas, provavelmente a elite, ainda têm receio de usar o *New Look*. Em seu artigo ela fala: “Se a linha Dior parece hoje muito extravagante, não há dúvidas que amanhã será usada por todas [...]” (*Revista da Semana*, 07 fev. 1948, p. 50).

Contudo, em agosto, na edição 35 da revista, o pioneirismo de Christian Dior é criticado. Geralmente nesse mês há o preparo para a coleção primavera-verão. Na coluna “Bastidores Femininos”, a jornalista Kitty escreve um artigo de repúdio para a futura coleção de Dior. No texto “A inconstância de Christian Dior”, Kitty discorre que, depois de as mulheres da alta sociedade terem enfrentado “a opinião pública e o olhar das amigas”, amigas essas que não eram pertencentes à elite, o estilista decide apresentar saias com cinco centímetros abaixo do joelho. Logo ele que fazia modelos de vestidos na altura da metade da batata da perna. Ela ainda diz que essa atitude é uma forma de democratização da marca e vê essa ação de forma negativa. Assim, mostra a indignação da alta sociedade carioca que via a exclusividade da grife se esvaír. Com essa coluna, fica ainda mais evidente que a *Revista da Semana* tinha um conteúdo voltado para as elites da cidade.

Figura 6: Crítica a Christian Dior e sua nova coleção que não contemplaria as damas da sociedade.



Fonte: *Revista da Semana* (28 ago. 1948, p. 36) / Hemeroteca Digital Brasileira.

Depois da nota de repúdio, na edição 44, há uma página de conselhos: “Para o seu guarda-roupas de férias”. Nesse editorial, Christian Dior e a saia curta que parecia uma afronta à elite carioca é colocada nos *looks* compostos para a ocasião. Mais uma vez, o estilista conseguiu mudar a opinião das pessoas em relação ao novo.

No ano de 1948, o termo “Christian Dior” apareceu 17 vezes. É como se ele tivesse aparecido, pelo menos, uma vez ao mês, enquanto o termo “*New Look*” aparece cinco vezes. Apesar de ele aparecer pouco, a revista mostra outros estilistas que se inspiraram em Dior, como a italiana radicada na França, Nina Ricci. Quando procuramos sobre Christian, ele aparece ao lado de seus contemporâneos como Jacques Fath e Pierre Balmain.

Figura 7: Editoriais de moda da *Revista da Semana* que colocam Dior como opção para roupa de inverno e verão.



Fonte: *Revista da Semana* (Edição 44, 30 out. 1948, p. 28; Edição 48, 27 nov. 1948, p. 41) / Hemeroteca Digital Brasileira.

## O fim de semana na cozinha

A *Revista da Semana* tem uma postura um tanto controversa, pelo menos aos olhos de hoje, já que, como citado, mesmo quando ela enaltece a figura feminina por meio do reconhecimento artístico ou dá conselhos que fogem ao pensamento da época, a publicação acaba enfatizando o papel de esposa e senhora do lar que a mulher desempenhava. Por não subverter os valores sociais da época, a revista reforçava o papel do homem como chefe de família, isso foi evidenciado por Douglas Josiel em seu artigo sobre as publicações destinadas às famílias burguesas.

Desta forma, a família patriarcal vai absorvendo diversos valores burgueses, mas sem alterar a relação de poder entre homens e mulheres. O homem, mesmo na família burguesa, permanecia como chefe da casa e da família, submetendo as mulheres a uma relação de submissão (VOKS, 2014, p. 8).

Na seção feminina, o “Suplemento da Mulher”, há uma coluna recorrente que se chama “‘Week-End’ na Cozinha” e é assinada por Marie Cook. Essa parte é geralmente colocada na lateral das páginas. Ao lado dessas informações e conselhos de cozinha, sempre há dicas de moda. É um retângulo com receitas para o fim de semana em casa com a família e sem empregada doméstica.

Figura 8: Imagem da página que “‘Week-End’ na Cozinha” é inserida.

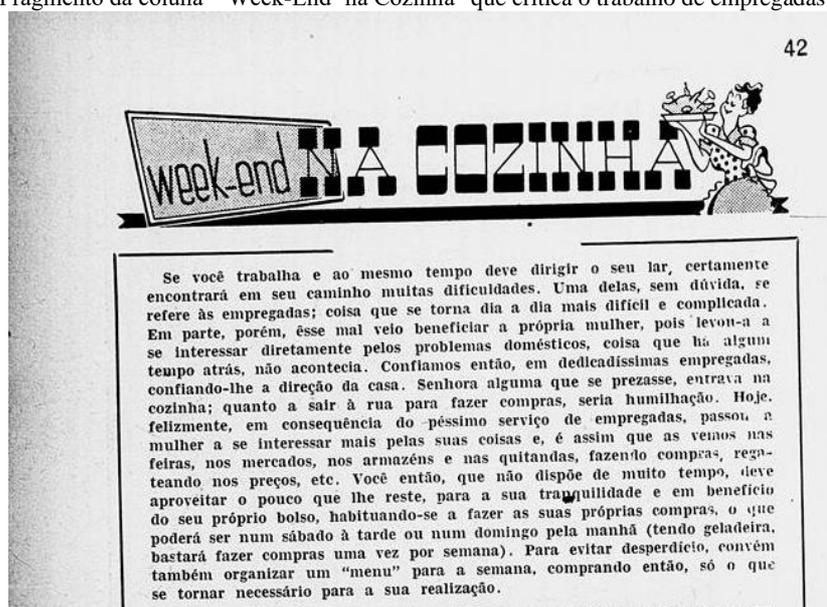


Fonte: *Revista da Semana* (Edição 10, 06 mar. 1948, p.40) / Hemeroteca Digital Brasileira.

O intuito da coluna fica evidente na edição 3 quando Marie escreve: “É fácil saber cozinhar quando se tem vontade de fazê-lo. Mesmo aquelas que trabalham fora e que não podem dispor de empregados [...]” (*Revista da Semana*, 17 jan. 1948, p. 46). Na edição

posterior, que era a de Carnaval: “Você com certeza ficará sem cozinheira durante o Carnaval” (*Revista da Semana*, 24 jan. 1948, p. 46). A jornalista também critica as empregadas por serem preguiçosas e fazerem um péssimo serviço, mostrando a desvalorização do trabalho das cozinheiras por meio da classe dominante. “Senhora alguma que se prezasse, entrava na cozinha; quanto a sair à rua para fazer compras, seria humilhação. Hoje, felizmente, em consequência do péssimo serviço de empregadas, passou a mulher a se interessar mais pelas suas coisas [...]” (*Revista da Semana*, Edição 42, 16 out. 1948, p. 42).

Figura 9: Fragmento da coluna “‘Week-End’ na Cozinha” que critica o trabalho de empregadas domésticas.



Fonte: *Revista da Semana* (16 out. 1948, p. 42) / Hemeroteca Digital.

Além disso, há receitas de emagrecimento por meio de alimentação mais leve para o verão. Isto mostra que o padrão de beleza já contemplava corpos mais esbeltos: “No verão, seja pelo calor forte, seja pela transpiração ou pela diminuição do apetite, o fato é que torna mais fácil de emagrecer. Você poderá aproveitar o verão para fazer um regime alimentar que lhe faça perder alguns quilos. [...] Também ao jantar deverá comer pouco” (*Revista da Semana*, Edição 9, 28 fev. 1948, p. 36).

As dicas de cozinha são editadas ao lado dos novos modelos de Paris. Mostra-se, assim, que implicitamente a imagem de mulher que tinha que seguir. A mulher que está na moda e que cozinha para o marido. Outras colunas também são postas ao lado das novas coleções. Há colunas que falam de outros assuntos, mas sempre de maneira superficial. Na edição 12, a jornalista escreve: “Para uma pequena reunião no sábado, reunião que servirá mais como pretexto para a discussão dos últimos modelos de Paris, ou entre os homens, dos últimos acontecimentos internacionais, [...]” (*Revista da Semana*, 20 mar. 1948, p. 38). Ou seja, assuntos internacionais não eram considerados assuntos femininos.

A revista também enaltece a França até mesmo nos assuntos culinários, o que mostra a influência que o país exercia no ano de 1948. “No reinado de Luís XIV, a arte da culinária atingiu seu apogeu; senhoras da corte e amantes do rei, procuravam criar ‘menus’ que agradassem o requintado paladar real” (*Revista da Semana*, Edição 35, 28 ago. 1948, p. 45). Ela fala também que não é humilhante cozinhar e que até mesmo as famosas pela aparência e inteligência cozinhavam, “porque já naquela época se havia compreendido que um dos caminhos mais curtos para alcançar o coração do homem era o estômago...” (*Revista da Semana*, 28 ago. 1948, p. 46). Ou seja, a revista coloca a culinária como um artefato para conquistar homens de modo mais fácil.

Figura 10: “‘Week-End’ na Cozinha” em duas diferentes edições da revista. A *Revista da Semana* costumava colocar o texto culinário perto de editoriais de moda.



Fonte: *Revista da Semana* (Edição 34, 21 ago. 1948, p. 46; Edição 35, 28 ago. 1948, p. 46) / Hemeroteca Digital Nacional.

## Considerações finais

A *Revista da Semana*, no ano de 1948, fez um trabalho, dentro de seu projeto editorial, que contemplava as mulheres. Seja pelas capas de atrizes ou até mesmo nas colunas tradicionais de conselhos culinários. O periódico foi a frente de seu tempo por muitas vezes. Entretanto, o pensamento burguês-cristão patriarcal estava muito presente. Mesmo com mulheres independentes, trabalhando no cinema, teatro e conquistando cada vez mais seu espaço, outras mulheres que trabalhavam fora e não dispunham de empregadas eram criticadas no “Suplemento da Mulher”. A revista também condenava as folgas das cozinheiras, ao mesmo tempo em que reclamava do seu serviço. Fica evidente que a *Revista da Semana* defende e é alinhada aos ideais elitistas da burguesia carioca.

Além disso, mesmo com a conquista do divórcio pelas mulheres de outros países, essa atitude era vista com receio pela sociedade brasileira (o divórcio tornou-se possível no Brasil somente em 1977). O pensamento da tradição cristã e as leis da época baseavam esses julgamentos, já que as atrizes que se separavam eram reconhecidas como ousadas, perturbadoras e chocantes. Não à toa, as atrizes casadas eram recorrentemente apresentadas pelos vínculos com seus maridos.

Outro fato notado foi a falta de representatividade de pessoas negras na revista. Nos editoriais de moda e nas capas não se veem mulheres negras, são praticamente todas brancas. A *Revista da Semana* foi vanguardista com esse projeto que estampava atrizes de sucesso na capa, mas todas elas eram brancas, mostrando que as mulheres negras estavam naquele momento excluídas dessa construção de glamour, sucesso e riqueza.

A mulher de sucesso não pode ser completa sem saber o básico dos afazeres domésticos. Isso fica claro com a coluna “‘Week-End’ na Cozinha”. Nos dias que a cozinheira não pode ir, a mulher volta à “essência de dona de casa e provedora do lar”. Essas dicas culinárias só estão presentes nas páginas do “Suplemento da Mulher”, mostrando o ato de cozinhar como algo próprio ao sexo feminino.

Mesmo com esse distanciamento do mundo atual, infere-se que muitos pensamentos são similares e que estão longe de serem abolidos. Essas questões do papel feminino dentro da sociedade ainda são questionadas, ainda não há igualdade de gênero e algumas posturas da revista são à frente de seu tempo, como não julgar uma mulher que se relaciona com um homem casado, discurso surpreendente para a época.

A *Revista da Semana* quebrou padrões da década de 40, mas de forma moderada. Mesmo com essas atitudes, o periódico ainda – e não poderia ser diferente – representava os valores e práticas daquele momento histórico. Esses ideais contemplavam uma minoria da população que defendia os bons costumes e a moral.

## Referências

CARMEL SNOW. *Women’s Museum of Ireland*, 2013. Disponível em: <https://womensmuseumofireland.ie/articles/carmel-snow>. Acesso em: 19 jun. 2021.

CASADEI, Eliza Bacheга. Questões de consumo e a feminização da Revista da Semana. *Z Cultural*, v. 12, n. 2, n.p., 2017. Disponível em: <http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/questoes-de-consumo-e-a-feminizacao-da-revista-da-semana/>. Acesso em: 19 jun. 2021.

CZRNORSKI, Sediana Rizzo; MEYRER, Marlise Regina. Chics, elegantes e distintas: a moda na seção Jornal das famílias da Revista da Semana (1915-1918). *Revista Brasileira de História &*

**Ciências Sociais**, [S. l.], v. 8, n. 15, p. 247–271, 2016. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10626>. Acesso em: 19 jun. 2021.

DANTAS, Carolina Vianna. Revista da semana (verbetes). In: ABREU, Alzira Alves de et. al. **Dicionário histórico-biográfico da Primeira República**: 1889-1930. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2015. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/REVISTA%20DA%20SEMANA.pdf>. Acesso: 19 jun. 2021.

MEDEIROS FILHO, João Quintino de. Moda e gênero: o vestuário sexualizado no New Look de Christian Dior (anos 1950). **Mneme - Revista de Humanidades**, v. 16, n. 37, p. 10-36, 3 fev. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/mneme/article/view/8174>. Acesso em: 19 jun. 2021.

THE GRANDUCA MADONNA. **Web Gallery of Art**. Disponível em: <https://www.wga.hu/frames-e.html?html/r/raphael/2firenze/1/22grandu.html>. Acesso em: 19 jun. 2021.

VOKS, Douglas Josiel. Vivências elegantes: o aburguesamento do universo infantil na Revista da Semana (década de 1930). **Revista de História Bilros**, Fortaleza, v. 2, n. 2, p. 102-118, jan. - jun. 2014. Disponível em: <http://seer.uece.br/?journal=bilros&page=article&op=view&path%5B%5D=957>. Acesso em: 19 jun. 2021.

Edições de periódicos:

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 1, 03 jan. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 2, 10 jan. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 3, 17 jan. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. A00004, 24 jan. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. B00004, 31 jan. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 6, 07 fev. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 8, 21 fev. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 9, 28 fev. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 10, 06 mar. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 11, 13 mar. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 12, 20 mar. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 14, 03 abr. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 19, 08 mai. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 20, 15 mai. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 22, 29 mai. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 25, 19 jun. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 26, 26 jun. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 34, 21 ago. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 35, 28 ago. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 36, 04 set. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 41, 09 out. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 42, 16 out. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 43, 23 out. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 44, 30 out. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 47, 20 nov. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 48, 27 nov. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 51, 18 dez. 1948.

REVISTA DA SEMANA, Rio de Janeiro, n. 52, 25 dez. 1948.