

ARTIGO**A BELEZA COMO ESPETÁCULO: A COBERTURA DOS CONCURSOS DE MISSES PELA REVISTA MANCHETE – UM RECORTE NA DÉCADA DE 1950**Francisco Zaiter Reis¹, Alberto Silva Bastos²**RESUMO**

Este artigo analisou reportagens sobre concursos de missas publicadas pela revista Manchete, em exemplares da década de 1950, mais especificamente do período compreendido entre 1954 e 1958. Mostra quais eram os padrões de beleza vigentes quando da realização dos concursos e a forma como eram difundidos pela revista. Sabe-se, de acordo com pesquisas de historiadores, que a beleza, no início da segunda metade do século XX, era vista mais como um conjunto de qualidades que como um estereótipo. A metodologia utilizada foi a da pesquisa bibliográfica, com o emprego, como fonte primária, de reproduções de exemplares da revista Manchete dos anos de 1954 a 1958. São testemunhos diretos do tema em questão, relatos jornalísticos criados por quem participou dos acontecimentos.

Palavras-chave: concursos de beleza; emancipação feminina; trabalho feminino.

ABSTRACT

This paper analyzes the news reports on beauty contests published by Brazilian magazine Manchete from the period between 1954 and 1958. It shows what were the standards of beauty in place at the time, and how they were propagated by the magazine. It is known, according to research by historians, that beauty, early in the second half of the 20th century, was seen more as a set of qualities than a stereotype. The secondary sources are indispensable to analyze, interpret and evaluate evidence of that past. They also provide a broader view of not only the standard of femininity over time, but also of the body as historical object, which carries in itself the marks of culture.

Keywords: beauty contests; female emancipation; labor.

¹ Aluno do 8º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade Estácio de Sá de Vitória.

² Graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Faculdade de Educação e Comunicação Social – FAESA – ES (2000); Especialização em Gestão Ambiental pela Universidade Federal do Espírito Santo (2002); Especialização em História e Literatura: texto e contexto pela Universidade Federal do Espírito Santo (2006). Professor da Sociedade de Ensino Superior Estácio de Vitória.

INTRODUÇÃO

Os concursos de Miss Brasil representaram, no período de 1954 a 1969, a manifestação mais espetacular de uma cultura da aparência feminina no País. A popularidade desse tipo de evento se inscreve no contexto sócio-econômico do período, de uma urbanização crescente que transformou profundamente modos de vida, alterou hábitos de consumo e promoveu o crescimento da classe média urbana.

Como a beleza constituía o principal capital social feminino da época, esses eventos eram uma oportunidade única de as mulheres mostrarem seus atributos físicos sem macular os preceitos morais vigentes. A eleita ganhava *status*, símbolo ao mesmo tempo de beleza e dos valores sociais mais caros ao período – virgindade, simpatia, idade para casar (18 anos) – e normalmente confirmava nas entrevistas tudo que se esperava de uma “moça de boa família”.

Conservadorismo e exibição do corpo eram a tônica desses certames, que, apesar do propósito óbvio de selecionar, entre todas aquelas que apresentassem a plástica mais perfeita, desestimulavam manifestações de sensualidade. A beleza exigida não podia estar desprovida de certo pudor.

Decotes provocantes ou pernas por demais expostas eram considerados recursos reprováveis e, no desfile de maiô, a uniformidade servia para disfarçar e homogeneizar os corpos na etapa em que se apresentavam mais destituídos de roupas. Em 1954, por exemplo, as concorrentes não podiam pintar os cabelos, algo que só foi permitido em 1965.

Nesse cenário, a década de 1950 foi uma época em que ocorreu um entrelaçamento bastante complexo de conservadorismo com vertentes aparentemente divergentes. Se durante a Segunda Guerra Mundial houve uma tendência internacional de emancipação feminina, em função da participação das mulheres no mercado de trabalho, devido à escassez de mão de obra masculina, após o seu término começou um movimento de retrocesso: era a hora de as mulheres retornarem às suas atividades tradicionais. Paralelamente a esse conservadorismo, o corpo feminino ganhou exposição na imprensa, especialmente por meio dos concursos de beleza.

Hoje vivendo um processo de decadência aparentemente irreversível, os concursos de misses, especialmente o de Miss Brasil, eram, no período analisado, um evento comparável, em mobilização popular e cobertura pela imprensa, a campeonatos de futebol, com platéias entusiasmadas e o país inteiro torcendo pelas candidatas que atraíam maior simpatia entre a população.

O artigo justifica-se, assim, pela importância dos certames e pela oportunidade que proporciona de analisar os valores vigentes na época, por meio dos textos das reportagens publicadas pela revista sobre o tema. Ao mesmo tempo, permite um exame das mutações que os padrões de beleza feminina sofreram ao longo dos

anos, e do papel que a imprensa desempenhou na difusão desse processo.

DESENVOLVIMENTO

A ideia de beleza como dádiva foi uma noção que persistiu, pelo menos até o início do século 20, na cultura ocidental. Ou seja, às mulheres que, por suposto desígnio divino, não nasciam belas, restava consolar-se com o desenvolvimento das chamadas “qualidades espirituais”, que compensariam a feiura.

Lipovetsky (2007, p. 160) escreve:

Tradicionalmente, a beleza era identificada a um “dom divino” ou a uma obra da natureza impossível de conquistar por meios humanos. Nesse universo de pensamento, o uso das maquiagens é condenado, assimilado que é a uma mentira, a um vício de coquete: a sabedoria só pode consistir na aceitação do que recebemos.

Ao relatar como era difundido e aceito o critério da impossibilidade de alteração da imagem, Schpun – que utiliza como título secundário de um capítulo de seu livro a frase “Antes morta que feia” – cita trecho de artigo publicado na edição de outubro de 1920 da Revista Feminina, acrescentando, ao final, a observação de que as opiniões expostas “subtraem, com cruzeza, à mulher, a possibilidade de ‘fazer-se bela”. De acordo com o texto, “as feias [...] não devem fingir-se de belas, e sim contentarem-se com ser feias”:

Tratem de educar o seu espírito, de viver higienicamente para adquirir saúde, de nutrir-se convenientemente, de ser simples, bem educadas e meigas. A vida higiênica, a boa nutrição, os esportes garantir-lhes-ão a saúde, a boa pele, os bons dentes, a harmonia das formas, o desembaraço dos gestos e a graça das atitudes; a leitura sã, o cultivo do espírito dar-lhes-ão inteligência ao olhar e à frente; a bondade, a simplicidade, a meiguice torná-las-ão perturbadoramente simpáticas (SCHPUN, 1999, p.88-9).

Na análise do texto, Schpun (1999, p. 90) constata:

As qualidades espirituais são colocadas em segundo plano e servem para compensar, nas mulheres “feias”, a falta de beleza. Mas o tom do texto não deixa dúvidas: trata-se somente de um gesto de consolação; a aspiração primeira de toda mulher continua sendo, sem sombra de dúvida, a beleza. A feiura, tanto quanto a velhice, é fonte de infelicidade para as mulheres; todos os esforços devem ser empregados para apagar ou mesmo atenuar sua presença.

Surgiam, esporadicamente, manifestações de rebeldia, como a da personagem de um romance de Lola de Oliveira, datado de 1932, em que a protagonista do conto “Tem que casar!” queixava-se:

Ser mulher superior é quase um tormento! [...]. Os meus colegas movem-me uma guerra surda: negam-me o talento e o preparo, levantam dúvidas sobre os meus estudos durante anos pela Europa; acham que meu lugar

não deveria ser na sala de operações, mas, sim, na sala de costuras, remendando fundilhos e fuxicando meias. (OLIVEIRA, 1932, apud RAGO, 1997).

Lipovetsky (2007, p. 101-2) traça o que chama de “invenção do belo sexo”, que ratifica “a condição privilegiada da beleza da mulher”:

Ao longo dos séculos, os poetas se maravilharam com os encantos da bela, os pintores e escultores glorificaram a plástica de Vênus, os livros de “segredos” propagaram as receitas de sedução feminina. Ainda em nossos dias, as fotografias de moda, os institutos e concursos de beleza, os conselhos e produtos cosméticos não cessam de recompor o primado da beleza feminina, de reproduzir a importância da aparência na identidade feminina. [...]

Essa “invenção”, entretanto, só começou, de acordo com o autor, durante a Renascença. “De fato, é preciso esperar os séculos XV e XVI para que a mulher seja alçada ao pináculo como personificação suprema da beleza”. Realizou-se o que ele chama de conjunção de duas lógicas: “O reconhecimento explícito e ‘teorizado’ da superioridade estética do feminino e a glorificação hiperbólica de seus atributos físicos e espirituais” (LIPOVETSKY, 2007, p. 113).

Até então, predominava uma “tradição de hostilidade e suspeita em relação à aparência feminina” (LIPOVETSKY, 2007, p. 112). Ele lembra a violência dos ataques de Odon, abade de Cluny, na França, no século X:

A beleza física não vai além da pele. Se os homens enxergassem o que está sob a pele, a visão das mulheres lhes causaria repugnância. Quando não conseguimos tocar com o dedo um escarro ou excremento, como podemos desejar abraçar esse saco de estrume?

Cinco séculos depois, ainda se encontrava quem se dedicasse a elaborar invectivas contra a mulher:

No fim do século XV Jacob Sprenger, professor de Teologia na Universidade de Colônia, na Alemanha, escreve a respeito [...]: “Seu aspecto é belo, seu contato, fétido, sua companhia, mortal”. Dois séculos mais tarde as execrações de Rolet não são menos exaltadas: “Não vos envergonhais de ter feito amor com o que é tão hediondo e de ter suspirado milhares e milhares de vezes por essa terra fedorenta?” (LIPOVETSKY, 2007, p. 170).

Não há contraste maior que o destas invectivas com o poema de Pietro Bembo, o historiador e cardeal veneziano, escrito em 1522 (Rimas, V), intitulado Formosura jamais vista:

Crina de ouro crespo e alambra tersa e pura,
Que à brisa, sobre a neve, paira e ondeja,
Olhar sutil que como o sol dardeja

De fazer dia sereno a noite escura,
 Riso que aquieta a rude pena, e dura,
 Rubis e perlas onde falar é mister
 Tão doce que outro bem a alma não quer,
 Mão de marfim que vos toma e tortura,
 Cantar que ecoa a harmonia divina,
 Seio maduro na mais tenra idade,
 Formosura jamais vista entre nós,
 Beleza excelsa e suma honestidade,
 Centelha do meu fogo, vejo em vós
 Graças a que bem poucas
 O amplo céu destina (BEMBO, 1522 apud ECO, 2007).

Para Bourdieu (2007, p. 82), as mulheres “existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis”.

Tendo necessidade do olhar do outro para se constituírem, elas estão continuamente orientadas em sua prática pela avaliação antecipada do apreço que sua aparência corporal e sua maneira de portar o corpo e exibi-lo poderão receber (daí uma propensão, mais ou menos marcada, à autodepreciação e à incorporação do julgamento social sob forma de desagrado do próprio corpo ou de timidez) (BOURDIEU, 2007, p. 83).

São o que Michel Foucault chama de “corpos dóceis”, aqueles, na expressão de Susan R. Bordo, “cujas forças e energias estão habituadas ao controle externo, à sujeição, à transformação e ao ‘aperfeiçoamento’” (BORDO, 1997, p. 20).

A concepção da imagem imutável, do “dom divino” a que Lipovetsky (2007) se refere, começou a sofrer abalos com o desenvolvimento da indústria dos cosméticos, do “star system” do cinema norte-americano, com o aperfeiçoamento das técnicas de cirurgia plástica – e a conseqüente difusão, pela publicidade e por reportagens nos meios de comunicação, da noção de que uma aparência bela e sedutora estava ao alcance de qualquer mulher.

A imagem idealizada fazia parte dos sonhos de todas as mulheres – como assinala Lipovetsky (2000, p. 101-2): “Que mulher não sonha ser bela?” –, e migra dos meios de comunicação para o cotidiano, fundindo-se com a realidade, ou seja, deixa de ocupar no imaginário o lugar de inatingível e passa a ser algo alcançável.

Cria-se uma tipologia da beleza, uma identidade padronizada, que desafia, não raro, a concepção de individualidade. Generaliza-se a imitação de poses, atitudes e outras modalidades de representação difundidas pelo cinema, tanto nos filmes quanto nas fotos publicitárias divulgadas pelos estúdios.

Os concursos de beleza alcançam o auge da popularidade, tornam-se um meio de os países se afirmarem como “civilizados”, e também contribuem para a normatização dos novos conceitos de beleza. O controle externo, a sujeição, a transformação e o “aperfeiçoamento” dos corpos femininos a que se refere Foucault entram em ação, tornam-se normas aceitas pela sociedade.

Vigarello (2006, p. 154) escreve: “As modelos ganham importância: exibidas,

medidas, aparentemente ‘democratizadas’ em suas competições regulamentadas”. Esses concursos, acrescenta, “despertaram paixões”, apesar da oposição das feministas, que os acusavam de “reduzir a imagem da mulher à tradicional beleza”.

Nesse ambiente, não demorou para que o enfoque eugenista, do “aperfeiçoamento da raça humana”, levado a sério por muitos cientistas na primeira metade do século XX, entrasse em cena também nos concursos de beleza. A intromissão não foi sentida apenas na Europa e nos Estados Unidos. O médico brasileiro Renato Kehl escreveu livros devotados ao tema, entre os quais *A cura da fealdade* e *Formulário da beleza*.

O autor aborda o tema dos concursos de beleza, admitindo que são importantes:

Os concursos de beleza, com a exibição honesta de corpos bem modelados, constituem, pois, fator indispensável de educação estética masculina e feminina. É necessário ver e comparar a fim de poder fazer juízo do que seja um corpo verdadeiramente perfeito (KEHL, 1927, apud SCHPUN, 1999, p. 125).

Pinto (1999, p. 159), abordando a fase inicial do cinema brasileiro, afirma que “o padrão de beleza feminino proposto pelas revistas de cinema e disseminado pelos concursos de Miss Brasil”, estava “em profunda sintonia com a política eugênica que permeava o debate civilizatório nacional”.

Combinando aspecto característico, fotogenia e a lei dos tipos, temos o tripé de um modelo aristocrático de perfeição racial e de preferência estética pelos bem dotados, sendo os povos divididos entre os que têm charme e os que não têm. Evidentemente o impulso patriótico sempre colocou o Brasil, sua natureza e a parcela branca e rica de seu povo, como um país apto para o cinema e a modernidade (XAVIER, 1978, apud PINTO, 1999).

Destarte a participação de intelectuais nos júris que escolhiam a Miss Brasil, os debates a respeito do “padrão brasileiro de beleza feminina”, acompanhados pela imprensa, a repercussão dos concursos de beleza, que, segundo texto publicado na revista *Manchete*, superava até mesmo a das Copas do Mundo de futebol (v. Capítulo II), as extensas reportagens dedicadas ao tema – tudo evidencia que vivemos, do início dos anos 1950 até o final dos anos 1960, uma época em que, para citar Vigarello (2006), tais certames “despertavam paixões”, atraindo multidões aos locais em que eram realizados e elevando as tiragens de revistas e jornais.

Mas esses concursos só se tornaram possíveis, como já foi assinalado, quando a mudança na imagem deixou de ser um sonho fora do alcance das mulheres. Até então, produtos destinados aos cuidados com o corpo, fabricados no Brasil ou importados, eram sempre anunciados como remédios, nunca como cosméticos, assinala Sant’Anna (1995). Na *Revista da Semana*, o autor afirma-se a eficácia de produtos na cura de “inflamações do couro cabeludo”, “peito caído”, “estômagos sujos”, “gazes [sic] fétidos”, “catarrros no útero” e outras moléstias. Os anúncios são

ilustrados por mulheres feias e com aparência doentia.

Nos anos 1950 os cosméticos deixam de ser chamados de remédios. Os anúncios publicados nas revistas apregoam que eles “podem influenciar diretamente o psiquismo de cada mulher, tornando-a não somente mais bela como também mais feliz e satisfeita com ela mesma” (SANT’ANNA, 1995). Criam-se seções com conselhos de beleza, mostrando como celebridades conseguiam transformar-se utilizando determinados produtos.

Acabam-se os segredos e, com eles, a ideia de que, para a feiura, não havia soluções: com o emprego dos truques certos e dos cosméticos adequados (cujas embalagens tornavam-se cada vez mais práticas, podendo ser carregadas na bolsa, como o pó compacto, pincéis, espelhos pequenos), a beleza estava ao alcance de todas. A indústria de tais produtos experimenta um desenvolvimento sem paralelo, com a expansão de marcas como Helena Rubinstein, Max Factor, Estée Lauder, Elizabeth Arden e outras. Seu alcance passa a ser mundial, com fábricas em vários países.

Simultaneamente, a maquiagem perde a uniformidade, ganhando uma série de opções, destinadas a loiras, ruivas e morenas. Além disso, surgem “novidades em produtos [...], como cremes hipoalergênicos, cremes à base de plantas e sofisticadas bases preparadas com fibras de seda” (FAUX, apud ANDRETTA, 2011).

Da tese da mulher condenada à fealdade, passamos à convicção de que “a excelência da beleza poderia ser partilhada”, de que “a transmutação é possível”. “Conclusão de tudo isso? ‘Não há mulher feia... Só há mulheres que se descuidam” (VIGARELLO, 2006, p. 163).

Outras características femininas detestadas pelos homens são, segundo Clarice Lispector (2006, p17-19), “comer muito”, ser “chorosa” e se fazer de “vítima”. Couto e Pecini (2011) assinalam que “o discurso de Lispector está repleto de orientações que preconizam dissimulação, a diplomacia e a delicadeza como ‘táticas’ femininas”. Para a escritora, acrescenta os autores: “a mulher deve ser ‘esperta’, controlar suas emoções para não perder de vista a conquista do homem e sua ‘pose elegante’ frente à sociedade”. Em situações desconfortáveis, ela aconselha a “frieza” de adotar uma atitude dissimulada. Ao mesmo tempo, enfatiza o papel da mulher na ascensão profissional do marido:

As mulheres têm e deverão ter grande influência na vida do marido. Há um ditado antigo e pouco original que diz que “a mulher faz o homem”. Nada mais verdadeiro, pois a esposa com seu amor e capacidade de organização pode ajudar o marido a subir na vida, fazendo com que ganhe mais confiança em si (Couto; Pecini, 2011, p. 88).

Em suma, a mulher deve ser “esperta”, mas também tomar cuidado para que esta esperteza não se torne uma ameaça evidente à supremacia masculina. Ser bela é um dever, mas outras características podem anular esse fator de atração. “A mulher deve ser primeiro que tudo feminina” – é uma das frases das crônicas de Clarice.

Por feminina, entenda-se alguém que não intimida ou desafia o parceiro, que não se julga mais inteligente. Uma vez bem utilizadas, tais qualidades proporcionariam a oportunidade de ascensão social – que praticamente se resumia ao casamento com um homem rico – tão ansiado pelas candidatas a misses.

A REVISTA APONTA O CAMINHO PARA UM “BOM CASAMENTO”

Numa das páginas iniciais da edição da revista Manchete de 5 de junho de 1954, o texto-legenda transcrito a seguir é significativo. Trata-se de uma evidência de que às misses cabia, depois de conquistado o título, dedicar-se à tarefa considerada prioritária: encontrar um marido, requisito indispensável à manutenção da respeitabilidade que lhes garantiria a permanência do aval da sociedade da época:

SER ELEGANTE BANGU DÁ SORTE – Casou-se, no dia 3 deste, a senhorita Maricy Camargo Rodrigues, da sociedade carioca, com o senhor Trussardi Filho, de São Paulo. Maricy foi a segunda colocada no maior desfile de elegância já realizado no Brasil, para a escolha da Miss Elegante Bangu de 1953. A primeira colocada foi a senhorita Corina Baldo [...] e a terceira colocação coube à senhorita Ninon Sailer [...]. Ambas já se casaram [...]. Confirma-se, assim, o que foi dito por uma das classificadas no grande concurso da Miss Elegante: “Ser Elegante Bangu dá sorte”.

O concurso Miss Elegante Bangu, que recebia ampla cobertura da imprensa, diferenciava-se do concurso de Miss Brasil por seu caráter bem mais elitista. Foi criado por Candinha Silveira, mulher do proprietário da fábrica de tecidos Bangu, para arrecadar fundos para a instituição Obra da Pequena Cruzada.

As candidatas eram recrutadas entre a chamada “alta sociedade”; tinham que pertencer a famílias bem conceituadas. As finalistas de cada Estado desfilavam em trajes esportivos e em roupas de gala confeccionadas com tecidos produzidos pela Bangu, nos salões do Hotel Copacabana Palace, o mais requintado do Rio na época. O primeiro concurso foi realizado em 1952. O último, nos anos 1960.

Mas a pressão que fazia com que o maior temor feminino fosse o de permanecer solteira, tanto nos anos 1950 quanto em décadas anteriores, não se limitava às misses. Era generalizada:

Uma mulher com mais de 20 anos de idade sem a perspectiva de um casamento corria o risco de ser vista como *encalhada*, candidata a ficar *pra titia*. Aos 25 anos, considerada uma *solteirona*, já era fonte de constrangimentos. Um homem de 30 anos, solteiro, com estabilidade financeira, ainda era visto como um *bom partido* para mulheres bem mais jovens (BASSANEZI, apud DEL PRIORE, 2001, grifos da autora).

No caso das misses, acrescentava-se à coação familiar a pressão pública, dos fãs, que aguardavam ansiosamente a apresentação do noivo, o posterior casamento e o nascimento dos filhos acompanhados por reportagens, ilustradas por inúmeras fotos, nas principais revistas da época.

Qualquer análise dos padrões de comportamento feminino nos anos 1950 e de sua difusão e legitimação pela imprensa não pode prescindir de um recuo no tempo que explique suas razões. Vivia-se, naquela década, um movimento de retorno aos padrões anteriores à Segunda Guerra Mundial, que partira da nova potência, os Estados Unidos da América, e ao qual o Brasil não escapou.

Recorrer à mão de obra feminina era a alternativa mais óbvia – para não dizer a única disponível. Exigia, porém, uma mudança considerável. Confinadas, até então, ao lar, ou – como assinala Rago (2001, p. 591) –, à “esfera privada”, elas foram convocadas a assumir funções até então tidas como exclusivas do homem, e a acumular os deveres de dona de casa com os de trabalhadoras. Entretanto, numa era não muito distante, no início do processo de industrialização, “a ideologia da maternidade [fora] revigorada pelo discurso masculino”:

[...] ser mãe, mais do que nunca, tornou-se a principal missão da mulher num mundo em que se procurava estabelecer rígidas fronteiras entre a esfera pública, definida como essencialmente masculina, e a privada, vista como lugar natural da esposa-mãe-dona de casa e de seus filhos (PRIORE, apud RAGO, 2001, p. 591).

O Brasil, de acordo com Bassanezi (2001, p. 608) não fugiu à influência norte-americana, acompanhando, “à sua maneira, as tendências internacionais de modernização e de emancipação feminina [...] impulsionadas com a participação das mulheres no esforço de guerra”. Mas, diz a autora, “também foi influenciado pelas campanhas estrangeiras que, com o fim da guerra, passaram a pregar a volta [...] aos valores tradicionais da sociedade”.

Nesse contexto, os exemplares analisados da revista remetem aos anos de 1954 a 1958, quando a “volta ao lar” já encerrara o breve período em que as mulheres ocupavam postos de trabalho de forma intensiva. Eles tinham sido retomados pelos homens que retornavam da guerra.

CONTEXTO HISTÓRICO DA REVISTA MANCHETE

Embora sua intenção fosse concorrer com O Cruzeiro, campeã em matéria de tiragem e vendas no País, a revista Manchete nasceu pobre. Louzada (p. 6-7) assinala que o primeiro número da publicação, que chegou às bancas em 26 de abril de 1952, tinha não só uma equipe reduzida como um número de páginas inferior em muito à concorrente que pretendia enfrentar. Além disso, a equipe editorial e gráfica era reduzida, para não dizer minúscula.

O número inicial tinha 32 páginas em preto e branco, quatro páginas de encarte central a quatro cores e quatro páginas a duas cores, muito menos volumosa que O Cruzeiro. A revista líder nunca vai às bancas com menos de 118 páginas, podendo chegar a 162, engordando ainda mais quando há um caderno Extra, que pode ter, sozinho, o mesmo número de páginas de Manchete (LOUZADA, 2011, p. 7).

Obcecado pela qualidade gráfica, Adolpho Bloch, judeu de origem russa que escapara da revolução comunista junto com a família, fez da revista *Manchete* sua “filha” predileta. Não se preocupava com o prejuízo enfrentado na disputa com *O Cruzeiro*. Henrique Pongetti, diante da impossibilidade de competir em volume, adotou como lema: “muito menos, mas muito bom”.

Além de Drummond, Bloch recrutou colaboradores como Lygia Fagundes Telles, Otto Maria Carpeaux, Fernando Sabino, Antônio Callado, Rubem Braga e Joel Silveira, entre outros. Aos poucos, *Manchete* consolidou-se, ganhou espessura (as edições com coberturas dos concursos de misses e dos bailes de Carnaval eram disputadas nas bancas e atraíam anunciantes).

Como já assinalado, os anos de 1954 a 1958, abrangidos pela pesquisa, pertencem ao período pós-conflito mundial, em que se voltou a enfatizar o papel da mulher como pertencente à esfera privada. Cobia-lhe gerar e cuidar dos filhos, assegurar o bem estar do marido e incentivá-lo profissionalmente. Opções de trabalho tornaram-se restritas, bem distantes da forma intensiva com que os postos foram ocupados durante a Segunda Guerra Mundial.

Reflexo da “normalidade” que reconquistava seu predomínio era considerável o espaço dedicado por *Manchete* aos concursos de beleza. E não faltavam concursos. Miss Europa, Rainha do Carnaval, Rainha dos Jogos da Primavera, Miss Suéter (que escolhia os bustos mais bem proporcionados). Até mesmo à eleição da Rainha do Centenário do município mineiro de Teófilo Otoni foram dedicadas duas páginas e meia numa edição anterior ao período analisado, em 3 de outubro de 1953.

A edição de 26 de junho de 1954 reservava duas páginas inteiras, sem anúncios, à escolha da Miss Distrito Federal (na época, o município do Rio de Janeiro), realizada no Hotel Quitandinha, em Petrópolis, no dia 20 de junho. Na reportagem, de autor não creditado, a revista revelava, logo no primeiro parágrafo, suas preferências entre as 11 candidatas: “Das onze, três eram favoritas indiscutíveis: Zaida Saldanha (a graça mais brasileira), Maria Gracinda (a dona de mais classe), Patrícia Lacerda (a mais glamorosa)”.

A edição de 3 de julho de 1954 de *Manchete* confirmava o que fora antecipado por Souza Rocha. Na edição de 1954 do concurso de Miss Brasil, a vencedora foi Marta Rocha, a representante da Bahia. No texto de abertura (a reportagem não tem crédito de autoria), a preocupação era a de ressaltar a origem “respeitável” da nova miss, proveniente de família tradicional da Bahia, o cabelo louro e o fato de sua mãe ser filha de alemães: “A menina nasceu na capital baiana, no bairro grã-fino da Barra. E na beira da praia se criou: entre os banhos de mar no Farol e o sorvete elegante no Oceania”.

No final, transcrevia-se uma declaração do poeta Manuel Bandeira sobre a Miss Brasil (ele foi presidente da comissão julgadora): “Os olhos da baiana são um

poema, tem uma dentadura admirável, o corpo é de uma plástica irrepreensível e os cabelos são louros, mas naturais, o que é raro hoje, nesta época de falsificações”. Ninguém mais adequada ao imaginário das elites, “para o qual a população ‘branqueada’ viria completar o retrato da sociedade de progresso que se quer representar” (Schpun, 1999). Ou, como escreve Skidmore:

O “caucásico” era considerado o pináculo natural e inevitável da pirâmide social. O europeu branco representava a “imagem normativa somática” ideal – conceito criado por H. Hoentink para designar as características físicas mais estimadas socialmente. Os brasileiros em geral tinham o *mais* branco por *melhor*, o que levava naturalmente a um ideal de ‘branqueamento’, que teve expressão tanto nos escritos elitistas quanto no folclore popular (SKIDMORE, T., 1989, P. 60, grifos do autor).

Outra reportagem na mesma edição de 3 de julho de 1954, com o título “Um júri de intelectuais escolhe a Miss Brasil”, também sem crédito de autoria, descrevia a superlotação da boate do Hotel Quitandinha, local do concurso.

As candidatas eram apenas seis – representantes do então Distrito Federal, dos Estados do Rio, de São Paulo, da Bahia, de Goiás e do Rio Grande do Sul. Não faltou uma referência irônica ao júri, que “gastou um bom par de horas, só pelo prazer de prolongar os desfiles, principalmente o de plástica [como eram chamados os desfiles de maiô]”.

Banner (1983) vê um paradoxo – que também pode ser aplicado aos certames similares no Brasil – no principal concurso de beleza norte-americano, o de Miss América. “Era”, ela escreve, “um expressivo exemplo da erosão do puritanismo vitoriano no início do século XX e da força do vitorianismo em determinados setores da vida social”: A autora assinala:

A composição do desfile e as características do concurso eram tentativas de tornar respeitável a exibição do corpo feminino, mas não obscureciam o fato de que as concorrentes estavam sendo julgadas por sua aparência em trajes de banho (BANNER, 1983, p. 269-70).

A revista Manchete não se furtou a expressar sua opinião a respeito do resultado do concurso: “Foi muito justa a eleição de Marta Rocha para Miss Brasil. [...] A baiana de olhos azuis agora vai representar a mulher brasileira numa competição internacional. E Manchete, que aplaudiu sua dupla vitória aqui, deseja-lhe o melhor êxito nessa viagem de tão grande e nobre responsabilidade”.

Na edição de 17 de julho, a revista acompanhou Marta a São Paulo e, a julgar pelas fotos publicadas, não a abandonou um só minuto durante os três dias em que permaneceu na capital paulista. Detalhou as cinco horas que passou no cabeleireiro: “A beleza exige sacrifícios. No secador de cabelos, Marta fica inteiramente submissa”, diz a legenda. Mostrou-a enquanto escolhia roupas, numa jornada de “oito horas através das lojas”. Antes, fotografou-a de maiô nas areias da praia de Pernambuco, no Guarujá.

Segue-se a famosa explicação para a derrota, “um pequeno detalhe na comparação de suas medidas [de Marta] com as de Miss Stevenson”:

Ambas têm o mesmo busto (36 polegadas), enquanto Marta tem 23 polegadas de cintura e 38 polegadas de quadris (arredondados). Miss Universo tem 24 polegadas de cintura e 36 de quadris. Dentro do conceito de beleza norte-americano, Miriam Stevenson é mais padronizada. Mas, para nós, as medidas de Marta (cintura mais fina, quadris maiores) são índice de mais encanto. Enfim, acrescenta-se que Marta preferiu ser como é, sem se submeter a regime para se apresentar dentro das medidas exigidas. Quando lhe recomendaram que fizesse dieta alimentar que lhe garantisse o título mundial, Marta preferiu o segundo posto, mandando às favas as prescrições do sacrifício.

Nascia a lenda das “duas polegadas a mais”, que virou tema de Carnaval, em marchinha interpretada pela própria Marta, composta por Alcyr Pires Vermelho, Pedro Caetano e Carlos Renato: “Por duas polegadas a mais / Passaram a baiana pra trás / Por duas polegadas / E logo nos quadris / Tem dó, tem dó, seu juiz”.

Tudo indica que as duas polegadas que deixaram Marta em segundo lugar não passaram de invenção do grupo de jornalistas encarregados da cobertura do concurso para revistas e jornais brasileiros, de acordo com depoimento de Accioly Netto, diretor de redação da revista *O Cruzeiro* durante quase quatro décadas. Em seu livro *O Império de papel – os bastidores de O Cruzeiro*, ele revela detalhes da trama. Ela teria sido concebida pelo repórter fotográfico João Martins, que trabalhava na mesma revista:

Foi na qualidade de repórter fotográfico que [...] ele [Martins] viajaria a Miami para cobrir o concurso de Miss Universo, ao qual estava concorrendo a belíssima Marta Rocha, sua conterrânea. Marta Rocha havia causado verdadeira sensação no Brasil e todos estavam certos de que ela seria a vencedora. Foi grande, portanto, a decepção, quando ela ficou em segundo lugar. Decepcionados, os brasileiros que estavam em Miami se reuniram no apartamento de João Martins, tentando encontrar uma explicação para o desastre. Foi então que ele inventou, de comum acordo com os demais repórteres, um “motivo oficial” para o maldito segundo lugar. Combinaram dizer que o júri agira assim porque Marta Rocha, embora belíssima, tinha nos quadris um excesso bem brasileiro, que lhe rendera afinal o segundo lugar. Surgia assim a famosa história das duas polegadas a mais. Na volta, todos os presentes à reunião guardaram o maior segredo sobre a mentirinha. O público acreditou na explicação, censurando apenas o rigor dos jurados. E Marta Rocha passou à história como a vencedora moral do concurso (NETTO, 1998, p. 91-2).

A própria Marta Rocha, em sua biografia, embora menos enfática, expressa dúvidas sobre a versão das duas polegadas a mais:

Nem eu mesma soube se essa história das duas polegadas teria sido

verdade mesmo. Ninguém me apresentou uma versão convincente sobre o detalhe que ficaria famoso – aquele que foi sem talvez nunca ter sido. Nos Estados Unidos, nunca ninguém me tirou as medidas. [...] Duas polegadas a mais nos quadris do que no busto... duas polegadas, cinco centímetros: a beleza pode ser calculada com tamanha precisão matemática? Será que os juizes americanos teriam feito essa contabilidade? Pode ser que sim – ou não (ROCHA, 1993).

Manchete endossa, assim, a opinião predominante, de que “o lugar da mulher é o lar”, conforme afirma este texto publicado na revista *Querida* no ano da realização do concurso:

A tentativa da mulher moderna de viver como um homem durante o dia, e como uma mulher durante a noite, é a causa de muitos lares infelizes e destruídos. [...] Felizmente, porém, a ambição da maioria das mulheres ainda continua a ser o casamento e a família. Muitas, no entanto, almejam levar uma vida dupla, no trabalho e em casa, como esposa, a fim de demonstrar aos homens que podem competir com eles no seu terreno, o que frequentemente as leva a um eventual repúdio de seu papel feminino. Procurar ser à noite esposa e mãe perfeitas e funcionária exemplar durante o dia requer um esforço excessivo [...]. O resultado é geralmente a confusão e a tensão reinantes no lar, em prejuízo dos filhos e da família (QUERIDA, nov. 1954, apud BASSANEZI, p. 624).

O segundo lugar obtido por Marta Rocha mereceu crônica escrita por Henrique Pongetti na mesma edição de 31 de julho, logo na página de abertura da revista, *Nela*, a pretexto de elogiar as qualidades intelectuais de Ruy Barbosa, também nascido na Bahia, ele se detém sobre os contrastes entre a “feitura” de Ruy e a beleza de Marta: “Ruy Barbosa era feio. Pequenininho, cabeçudo, com um nariz semita [...]. Encontrei-o muitas vezes em Petrópolis, na minha adolescência, [...] olhava para a sua enorme cabeça e para o seu pequeno tronco como se estudasse um caso de atrofia [...].”

Ao analisar as motivações para o entusiasmo suscitado pelos concursos de beleza no Brasil em determinada época, Schpun alinha, entre as razões para tal, um desejo de mostrar ao mundo que não somos um país de padrões estéticos destoantes do restante do mundo:

Eles [os concursos de beleza] permitem a exibição, aos olhos do mundo inteiro, das lindas brasileiras; eles provam que, aqui, a sofisticação, a elegância e a beleza femininas estão bem representadas. Trata-se [...] de construir uma imagem do país que não deixe nada a desejar quanto aos modelos ocidentais de civilização. E nessa construção, a beleza é um elemento nada insignificante. Em segundo lugar, os concursos permitem ao país se afirmar como civilizado. Todos os países desenvolvidos realizam concursos e elegem suas rainhas de beleza. O Brasil não pode ficar atrás. País do futuro, ele deve seguir tais tendências (SCHPUN, 1999, p. 124-5).

A edição de 7 de agosto de 1954 revela os detalhes do concurso de Miss Universo, de que participaram 80 candidatas. O repórter Fábio Ramos ocupa o texto principal com pormenores da programação e relata que, durante as sessões de poses para

os fotógrafos, na praia, houve desmaios em série, causados pelo calor: caíram sobre a areia as representantes da Nova Zelândia, Bélgica, Alemanha e Brasil. Ele atribuiu um “mérito” ao desmaio de Marta Rocha, o de “chamar a atenção do público [...] para a beleza suave de Miss Brasil”.

Pode-se avaliar a popularidade dos concursos de misses por um texto ufanista de Manchete, na mesma edição, ilustrado por uma foto de Marta de maiô. Nele, afirmou-se que ela fez mais pelo país “que muito conclave internacional, do que as representações de turismo, do que o futebol. Mais do que o cinema e do que o samba”. Não faltou, como em quase todos os textos, a menção aos cabelos loiros e aos “olhos de um azul tão profundo quanto os mares baianos”.

Comparada à escolha de Marta Rocha em 1954, a seleção da Miss Brasil 1955 foi muito diferente. A começar pela confusão gerada durante a eleição da Miss Distrito Federal, como sempre, no teatro do Hotel Quitandinha, em Petrópolis, diante de uma plateia de 1.500 pessoas. Os pais das candidatas não concordaram que estas desfilassem de maiô. Os fotógrafos e cinegrafistas declararam-se “em greve”: daí em diante não fotografariam ou filmariam mais nada.

“A crise”, relata Manchete em reportagem publicada na edição de 11 de junho de 1955, durou duas horas, até que Joaquim Rolla, um dos organizadores do concurso, “conseguiu que as jovens desfilassem de maiô, apenas no palco do teatro”. A reportagem não esclarece os motivos da recusa em desfilar de maiô, já que, desde o início dos anos 1950, este era rotina nos concursos, e também eram comuns fotos das participantes de maiô, em praias, como foi o caso de Marta Rocha. Elvira da Veiga Wilberg, representante do Clube de Regatas Flamengo, foi escolhida Miss Distrito Federal.

Em 25 de junho, data da eleição de Miss Brasil, Elvira não ficou nem entre as cinco finalistas, as representantes do Amazonas, Ceará, São Paulo, Estado do Rio e Pará, selecionadas entre candidatas de 19 Estados. A ganhadora, Miss Brasil 1955, foi Emília Corrêa Lima, 21 anos, cearense nascida em Sobral, professora.

Na edição de 16 de julho de 1955, o repórter Darwin Brandão encarregava-se de explicar por que Emília era “quase perfeita”, expressão utilizada no título da reportagem. Miss Brasil, escreveu “anda próxima dos rígidos cânones da mulher esteticamente proporcional”.

O repórter recorria a frei Luca Paccioli, “frade e esteta medieval”, Leonardo Da Vinci e Albrecht Durer, que “estabeleceram, com minúcia, na prática e na arte, o cânon ideal que parece ser a expressão perfeita de uma lei estatística média que está presente em todos os corpos humanos sadiamente desenvolvidos”. A fórmula, resumia Brandão, era esta: a altura total, dividida pela altura que vai da planta dos pés ao umbigo, deve ser igual a 1,6. Além disso, observava, “o tamanho do pé deve ser igual ao tamanho do antebraço, que, por sua vez, é igual à altura da cabeça, incluindo-se o pescoço”.

Depois dessa análise minuciosa, ilustrada por uma foto que detalhava as medidas da Miss Brasil, o repórter concluía: “Se os juízes que vão escolher Miss Universo em Long Beach levarem em conta os cálculos da beleza proporcional, fiquem tranquilos os brasileiros: nossa Emília está bem perto da vitória”. A previsão de Darwin Brandão não se concretizou: Emília não chegou perto do título, ficando entre as 15 semifinalistas do concurso de Miss Universo, vencido pela representante da Suécia. Se a escolha de Miss Brasil 1955 foi tranquila, e o reinado de Emília careceu de qualquer acontecimento expressivo, o mesmo não se pode dizer do concurso que selecionou a Miss Brasil de 1956. O tumulto começou já antes da escolha, com a superlotação do Hotel Quitandinha.

Antes do concurso, não faltaram as tradicionais fotos na praia. Diz o texto:

Três belas desmaiaram desta vez, na seguinte ordem: Misses Paraguai, Canadá e Brasil. As cenas não foram demoradas, e os fotógrafos não quiseram ter muito trabalho, alegando que “estão fartos desses recursos publicitários”. O desmaio de Adalgisa Colombo foi considerado “pouco convincente”, porque ela não chegou a cair no chão, tendo procurado um guarda para apoiar-se no seu braço (MANCHETE, 9 ago. 1958).

Mais importante existe para elas que um concurso de Miss Brasil. [...]”. Antes, num texto em destaque logo abaixo do título, o repórter não poupa a ironia e nem esconde que não tem o certame em alta conta, qualificando-o de “ridículo” e “coisa sem graça”. Trata-se de uma reportagem na qual em momento algum ele procurou ser neutro, fazendo questão de deixar sua opinião negativa escancarada em cada frase. A revista acentua:

Beleza anda de braço dado com ridículo nos concursos em que moças bonitas, ingênuas e decentes emprestam sua graça a essa coisa sem graça que é correr atrás de sonhos numa passarela onde, diante da multidão, um júri escolhe a pobre menina miss.

Em depoimento (Marão, 2010, p. 179) publicado mais de quatro décadas depois da reportagem, o repórter diz que a proposta de Realidade era “mostrar os bastidores do concurso”. Ele se hospedou no mesmo hotel onde ficaram as misses, o Serrador, no Rio de Janeiro, sem se identificar, nos primeiros dias, como jornalista. “O motivo”, escreve, “era simples. A identificação como repórter, em vez de facilitar o trabalho, certamente atrapalharia: eu seria proibido de entrar em alguns lugares ou de assistir a certas cenas”. Marão conta que, como hóspede comum, pôde “ouvir as conversas nervosas das candidatas e acompanhar a quase histeria das mães, cada uma mais empenhada que a outra em fazer da filha a Miss Brasil”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da cobertura dos concursos de misses pela revista Manchete, no período 1954/1958, permite concluir que os textos estão despidos de tom crítico, assemelhando-se mais ao utilizado em colunas sociais. As candidatas são apresentadas de acordo com a lógica da cultura do “belo sexo” a que se refere Gilles

Lipovetsky, “baseada na desigualdade e na dessemelhança radical entre os sexos”, segundo o autor:

“Aos homens, a força e a razão; às mulheres, a fraqueza do espírito e a beleza do corpo: ambos os sexos são apreendidos sob o signo da heterogeneidade das qualidades, na linha direta do passado imemorial” (Lipovetsky, p. 126).

De acordo com José Carlos Marão, até os anos 1960 “as revistas tratavam as mulheres como ‘santas’, nas matérias sobre mães e avós, como empregadas domésticas, nas matérias de culinária, ou como gado de exposição, nas matérias de concurso de beleza” (Marão, p. 174).

Nesse contexto, imparcialidade era, aparentemente, uma palavra desconhecida – talvez proibida – no vocabulário dos jornalistas que cobriam os concursos de misses. Imperava o tom ufanista, já que as representantes brasileiras eram consideradas mais importantes, para a boa imagem do País no Exterior, que jogadores de futebol, representações de turismo, música e cinema, conforme texto da própria Manchete citado no Capítulo II.

As reações contra a realização de concursos de misses começaram na década de 1960, quando o movimento feminista ganhou evidência. Em 1968, feministas promoveram uma manifestação em Atlantic City, onde é realizado o concurso de Miss América, carregando cartazes com dizeres como “Se você quer carne, vá ao açougue”. Numa grande lata de lixo, jogaram sutiãs, cosméticos e outros “símbolos da opressão estética”.

Desde então, os protestos se sucederam: sede do concurso Miss Universo em 2007, o México não escapou às manifestações. Diante do teatro em que se realizava a competição, mulheres usavam vestidos brancos com manchas vermelhas, portando faixas em que se lia: Miss Juárez, Miss Atenco, Miss Michoacán – cidades que batem recordes nacionais de violência contra a mulher. No mesmo ano, a Miss Suécia se retirou da competição, porque a maioria da população sueca “acreditava que o concurso denegria a imagem das mulheres” (Superinteressante, julho 2008).

Entre motivos que contribuíram para a decadência podem ser alinhados a transferência do concurso para Brasília, em 1973, a saída de patrocinadores e o fechamento das emissoras da Rede Tupi, o que obrigou os Diários Associados a entregar, em 1981, a franquia do Miss Brasil e do Miss Universo para o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de Silvio Santos. Os índices de audiência baixaram a cada ano, numa queda irreversível.

Além disso, o concurso nunca refletiu a diversidade étnica brasileira, o que pode ter contribuído para o desinteresse: num país caracterizado pela predominância de população negra ou mestiça, só uma vez, em 1986, uma negra, Deise Nunes, foi eleita Miss Brasil.

Para retratar os conceitos de beleza contemporâneos (e especular sobre o futuro),

nada melhor que o texto de Umberto Eco: diante da “opulência junonal de Mae West”, da “graça anoréxica das últimas modelos”, da “Beleza negra de Naomi Campbell e a nórdica de Claudia Schiffer”; da “mulher fatal de tantas transmissões televisivas ou de tantas publicidades e a mocinha água com açúcar à Julia Roberts ou à Cameron Diaz”, ele conclui:

[...] O nosso explorador do futuro já não poderá distinguir o ideal estético difundido pelos *mass media* do século XX. [...] Será obrigado a render-se diante da orgia de tolerância, de sincretismo total, de absoluto e irrefreável politeísmo da Beleza (ECO, 2007).

Já vivemos a era do politeísmo, da pluralidade da Beleza. A cobertura dos concursos de misses contida nos exemplares de Manchete dos anos de 1950 guarda noções de beleza incompatíveis com a diversidade de conceitos com que nos defrontamos, nos dias de hoje, a respeito do que é belo em uma mulher – é certo que perdemos a convicção do rosto e do corpo ideais e, logo, de como deveria ser a mulher mais bela do Brasil ou do mundo.

Umberto Eco pode estar certo quanto à diversidade de modelos de beleza existentes nos dias de hoje, quando cita exemplos contrastantes. Todavia, no que diz respeito aos concursos de misses, estes desligaram-se da contemporaneidade. Seguiram o caminho oposto, enveredando pela uniformização. O Brasil, por exemplo, começa a adotar o caminho da Venezuela, onde as misses parecem ser produzidas em série, já que pouco diferem entre si – paradoxalmente, é essa uniformidade que lhes garante a vitória nos concursos, embora em pouco se pareçam com as mulheres que encontramos em nosso cotidiano.

Não seria esta a razão do desinteresse? O modelo uniforme que os concursos propõem chegou a dar origem ao termo “beleza plastificada” na imprensa, já que se tornou difícil encontrar candidatas que não tenham passado por cirurgias plásticas das mais diversas, algumas extremas, ou se submetido à ginástica exaustiva para modelar o corpo.

Nos anos 1950, dava-se importância aos chamados “padrões antropométricos” (proporções e medidas das diversas partes do corpo), mas alterações corporais, como as praticadas pelas candidatas de hoje, sequer eram cogitadas. As misses assemelhavam-se mais a mulheres comuns, tinham imperfeições, não eram as belezas siliconadas que atualmente desfilam nas passarelas. O resultado rescende a artificialidade, como que produto de uma “fábrica de misses”. Talvez os concursos retomem, daqui a algum tempo, a tendência de valorizar a beleza natural, não a “esculpida a golpes de bisturi.” Mas, se, no Brasil, voltarão a reunir multidões e despertar o entusiasmo de torcidas, é uma incógnita.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Luiza Real de Andrade .O que é bello é para se ver, só o feio é Immoral”: o processo disciplinador dos corpos de atrizes na mídia impressa nas últimas oito

décadas. **Revista Contemporânea**, UERJ, C. 14, v. 8, n.1,2010

ANDRETTA, Juliana Alves. **A renovação da beleza feminina após a Segunda Guerra Mundial**. 2010. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Design) - Universidade Feevale: Novo Hamburgo (RS). Disponível em: <http://tconline.feevale.br/tc/files/4902_233.pdf> Acesso: 21 mai. 2011.

ARTICLESBASE.com. **History of Miss Universe**. Disponível em <<http://www.articlesbase.com/news-and-society-articles/history-of-miss-universe-1120973.html>> Acesso: 6 mai. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. NBR Informação e documentação, trabalhos acadêmicos: Rio de Janeiro, 2002d.

BRASIL, Ubiratan. O que aconteceu no Brasil virou Manchete. São Paulo: **O Estado de S. Paulo**, 11 nov. 2007. Disponível em <http://www.carlosheitorcony.com.br/imprensa.aspx?nNOT_Codigo=36> Acesso: 31 mai. 2011.

BANNER, Lois W. **American Beauty: a social history through two centuries of the American idea, ideal, and image of the beautiful woman**. New York: Alfred A. Knopf, 1983.

BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, M. D. (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

BATISTA, Ana Maria Fonseca de Oliveira. **O telefone sem fio, a sobrinha do presidente e as duas polegadas a mais: concepções de beleza no concurso de Miss Universo**. 1997, 222 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1997.

BORDO, Susan R. O Corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault. In: JAGGAR, Alison M. e BORDO, Susan R. (Orgs). **Gênero, Corpo, Conhecimento**. Rio de Janeiro: Ed. Record: Rosa dos Tempos, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRASÍLIO, Liza Aparecida. **Um olhar sócio-histórico sobre a beleza: das amarras à alteridade**. 2007. Tese (Doutorado em Sociologia) Universidade Estadual Paulista – Julio de Mesquita Filho – UNESP/Car, Araraquara: 2007. Disponível em: <http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/bar/33004030017P7/2007/brasilio_la_dr_arafcl.pdf> .Acesso: 20 mai. 2011

COUTO, Caroline Peres; PECINI, Arthur Custódio. A “mulher moderna” em busca de sua “essência”: análise das técnicas e ensinamentos sobre corpo e emoção nas colunas de jornais escritas por Clarice Lispector. **Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais** – IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 8, p. 50-67, jul. 2010. Disponível em: <<http://www.habitus.ifcs.ufrj.br>>. Acesso: 11 mai.

2011.

DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. 7. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

_____, **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: Editora Senac, 2000.

ECO, Umberto (Org.). **História da beleza**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.

KEHL, Renato. **A cura da fealdade**. Rio de Janeiro: Editora Monteiro Lobato, 1923.

_____, Renato. **Formulário da beleza**: fórmulas escolhidas. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1927.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LISPECTOR, Clarice; NUNES, Aparecida Maria (Org.). **Correio feminino**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.

LOUZADA, Silvana. **O fotojornalismo e o poder na ascensão e queda de O Cruzeiro e Manchete**. Trabalho apresentado no I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, nov. 2003. Disponível em <<http://sbpjour.kamotini.ghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/t051.doc>> Acesso: 31 mai. 2011

MARÃO, José Carlos, e RIBEIRO, José Hamilton. **Realidade re-vista**. Santos, São Paulo: Realejo Editora, 2010.

MATTOS, Antonio Carlos Gomes de. **Hollywood na guerra**: as mulheres na frente doméstica. Rio de Janeiro: 2010. Disponível em: <<http://www.historiasdecinema.com/2010/11/hollywood-na-guerra-as-mulheres-na-frente-domestica-6/>>. Acesso: 25 abr. 2011.

NETTO, Accioly. **O império de papel**: os bastidores de O Cruzeiro. Porto Alegre: Editora Sulina, 1998.

PINTO, Maria Inez Machado Borges. Cultura de massas e representações femininas na paulicéia dos anos 20. In: **Revista Brasileira de História**, vol.19, n. 38, São Paulo, 1999.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. in: DEL PRIORE, Mary (org). **História das Mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

REVISTA MANCHETE . 5 de junho de 1954 a 9 de agosto de 1958. Cópias obtidas do acervo do Serviço de Biblioteca e Documentação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (USP). Biblioteca Florestan

Fernandes.

ROCHA, Martha. **Uma biografia, em depoimento a Isa Pessôa**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1993.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (Org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SCHPUN, Mônica Raisal. **Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20**. São Paulo: Editora Senac/Boitempo Editorial, 1999.

SKIDMORE, Thomas E. **Preto no Branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.