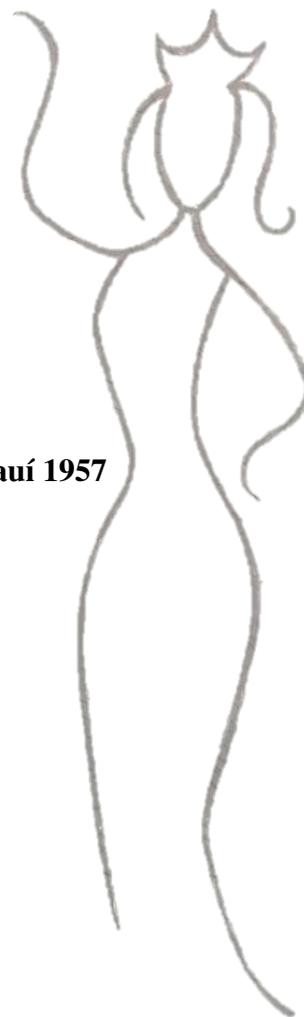




UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA/PPGHIS
MESTRADO EM HISTÓRIA

MARIANE DE SALES SILVA

O TEMPO DAS CURVAS:
Padrões Estéticos Femininos no Concurso de *Miss Piauí* 1957



SÃO LUÍS - MA

2021

MARIANE DE SALES SILVA

**O TEMPO DAS CURVAS:
Padrões Estéticos Femininos no Concurso de *Miss Piauí* 1957.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História (PPGHIS) da Universidade Federal do Maranhão como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em História.

Orientadora: Dr^a. Régia Agostinho da Silva.

SÃO LUÍS-MA

2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Silva, Mariane de Sales.

O TEMPO DAS CURVAS: Padrões Estéticos Femininos no Concurso de Miss Piauí 1957 / Mariane de Sales Silva. -2021.
179 f.

Orientador(a): Régia Agostinho da Silva.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em História/cch,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís,2021.

1. Beleza. 2. História. 3. Miss Piauí 1957. 4. Mulheres. 5.
Parnaíba-PI. I. Silva, Régia Agostinho da.

II. Título.

O TEMPO DAS CURVAS: padrões estéticos femininos no concurso de *Miss Piauí* 1957.

Dissertação apresentada ao Mestrado em História da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção do título de mestre.

Orientadora: Prof. Dra. Régia Agostinho da Silva - UFMA

Aprovado em: 22/11/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Régia Agostinho da Silva
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dra. Maria Izabel Barboza de Moraes Oliveira
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dra. Lídia Noêmia Silva dos Santos
FECLESC – Universidade Estadual do Ceará

**SÃO LUÍS - MA
2021**

Imagem da capa: Desenho desenvolvido para a pesquisa pela ilustradora parnaibana Mariana Sales.

Por não ter desistido.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e a todos os seres divinos por me proporcionarem viver com saúde e amor.

A minha família pelo incentivo, apoio e patrocínio. Meus pais, Zita e Mário Lúcio, por sempre proporcionarem além do que podiam pelos nossos estudos e pela nossa criação. As minhas irmãs, Mariana e Mariene, por ajudarem de todas as formas quando precisei nessa jornada de morar fora e estudar sem bolsa.

A Vytal Hírvey pelo nosso encontro, por estar ao meu lado me incentivando e ajudando em todos os momentos possíveis.

Agradeço aos meus gatos, Juan, Irineu e Jack, companheiros na escrita.

Ao meu amigo Augusto Torres, ator e historiador parnaibano que me acolheu durante o período de seleção e me apresentou a ilha.

As minhas amigas queridas, Amanda Lima e Nilziane Costa, que foram umas das três melhores coisas que descobri no mestrado, historiadoras brilhantes e mulheres inspiradoras. A distância não vai separar o sentimento por vocês.

A minha amiga Ana Suelle por todo o apoio e carinho.

Aos amigos queridos Josi, Evelen, Sonária, Rodrigo, João Victor, Ylaine e Rose.

Através de todas as experiências das mulheres que convivi ao longo desses dois anos, dedico também às mulheres da turma de Mestrado de História de 2019, em especial a Amanda, Nilziane, Luciana, Eva, Kelly, Hemelita, Valerice, Adriana, Tayná e Dayse.

Agradeço a todos aqueles que passaram pelo meu caminho, desde 2018, quando resolvi entrar para o mestrado, mesmo com dificuldades e pensando em desistir (após ser aprovada) sempre soube que algo maior me esperava, não, não era só o mestrado. Além da pesquisa, dos amigos que encontrei também me encontrei. Através das vivências fora do mestrado encontrei um caminho de muito maior. A isso agradeço unicamente a mim, por não desistir em nenhum dos momentos difíceis.

Dedico este trabalho também aos lugares que me habitam. Parnaíba, a cidade que proporciona andanças no tempo, na história e na memória, uma cidade viva e reflexiva. A Praia da Pedra do Sal, lugar salgado e místico. E a São Luís, terra na qual desde o primeiro momento que pisei senti que ia morar, vivenciar, e aprender tudo o que de melhor ela tinha a me oferecer, ilha encantada e ancestral.

Um agradecimento especial aos historiadores, que de alguma forma me auxiliaram na pesquisa: Pedro Vagner, Erika Ruth, Leandro Castro, Jedson Martins.

Aos queridos amigos de trabalho, a Equipe do Museu do Mar do Delta do Parnaíba.

Depois de todo o desrespeito da coordenação do programa em não tratar os problemas da orientação, fazendo-me passar por três orientadores, e apenas nos seis últimos meses do prazo de prorrogação me disponibilizaram uma orientadora que leu o trabalho. É inadmissível que uma pesquisa de mestrado seja depositada antes da defesa e apenas 10 dias após a qualificação sem ter tempo suficiente para correções porque, por abandono, o antigo orientador não leu os capítulos prontos para qualificar.

Obrigada professora Régia, por assumir a orientação.

A reflexão que faço depois de todos os problemas e sair completamente esgotada física e emocionalmente é que em um mundo comandado por velhos homens brancos, ser mulher e pesquisar sobre mulheres é sempre estar esbarrando em negligências desse tipo.

Beleza inatural

*É uma jovem? É uma mulher?
É uma deusa ou um deus? [...]*

(Théophile Gautier)

RESUMO

Esta pesquisa fala sobre corpo, beleza, mulheres e discursos. Discutimos a trajetória de beleza de Chlórís Maria Guimarães Fontenele, a *Miss Piauí 1957*, em suas participações nos concursos de beleza daquele ano. Percebemos que conforme o discurso vigente na época sobre padrão corporal, as medidas da *Miss* estava de acordo com o que se esperava de uma mulher bela. Através dos discursos do memorialista Rubem Freitas, das fotografias dos concursos, das matérias veiculadas nos jornais de Parnaíba, Rio de Janeiro, Paraná e Recife sobre a beleza da *Miss*, identificamos o discurso de beleza que se cristalizou na década de 1950, mais conhecida como *Anos Dourados*. Volúpia, maciez e conforto estavam de acordo com os acontecimentos político-sociais nacionais e internacionais. Analisamos a cidade de Parnaíba no Piauí como cenário que movimentou os concursos de beleza, a fim de estar inserida em um movimento exterior, através da indicação de uma parnaibana para concorrer a um possível título internacional e como os discursos veiculados afirmavam um padrão de beleza não apenas corporal, mas também moral e familiar, que podem ser observados através das matérias e das fotografias.

Palavras-chave: História; Beleza; Mulheres; Miss Piauí 1957; Parnaíba-PI.

ABSTRACT

This research approaches themes like body, beauty, women and discourses. The beauty trajectory of Chlórís Maria Guimarães Fontenele was discussed, the *Miss Piauí 1957* on her participations in beauty contests of that year. We perceived that according with the common discourse about corporal pattern in these times, the measurements of the *Miss* were in agreement with the common expectations of the people in relation to a beautiful woman. Through the speeches of the memoirist Rubem Freitas, of the contests photographs, of the reports conveyed in Parnaíba, Rio de Janeiro, Paraná and Recife journals about the beauty of the *Miss*, the beauty speech that had crystallized in 1950 decade, most known as *Anos Dourados*, has been identified. Voluptuousness, softness and comfort was in agreement with the nacional and internacional social-political events. Analysing Parnaíba city in Piauí state, as a scenario that moved the beauty contests, in order to be included on a exterior movement, through the indication of a Parnaíba native woman to compete for a possible international title and as the broadcasted discourses claimed for a beauty pattern not only related to the body, but also to morals and familiar matters, that can be observed through the reports and photographs.

Palavras-chave: History; Beauty; Women; Miss Piauí 1957; Parnaíba-PI.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Vidas e casas em meio ao rio Igaracú.	319
Imagem 2 - Cassino 24 de Janeiro.	375
Imagem 3 - Esther Furtado, rainha dos comerciários 1935.	408
Imagem 4- Chlóris e o time de basquete da Casa Inglesa.	442
Imagem 5 - Mil Cruzeiros Chlóris.	453
Imagem 6 - Miss Piauí 1957 – Almanaque da Parnaíba, 1958.	508
Imagem 7 - Rubem de Páscoa Freitas, jornalista e memorialista.	839
Imagem 8 - Miss Brasil desfilando pelas ruas de Long Beach na Califórnia.	884
Imagem 9 - Recepção à Miss Piauí Teresinha Alcântara em 1956.	90
Imagem 10 - Flora, Chloris e Zéfiro. Alegoria da Primavera (detalhe) 1478, Sandro Botticelli. Galleria Degli Uffizi. Florença, Itália.	995
Imagem 11 - Zéfiro e Clóris sopram violetas. O nascimento de Vênus (detalhe) 1485, Sandro Botticelli. Galleria Degli Uffizi. Florença, Itália.	995
Imagem 12 - Chloris Guimarães, Miss Parnaíba 1957	1006
Imagem 13 - Miss Piauí 1956 e Miss Parnaíba 1957, recepção a Chlóris no aeroporto de Teresina.	100
Imagem 14 – Chegada em Teresina.	101
Imagem 15 - Cortejo de Misses, 1957.	102
Imagem 16 - Autógrafo da Miss Parnaíba. Chloris autografando em 1957.	1073
Imagem 17 - Misses na varanda. Miss Piauí e Miss Parnaíba na varanda do atual Luxor Hotel, 1957.	1084
Imagem 18 - Teresinha e Chlóris desfilando na sacada do hotel.	1095
Imagem 19 - Chlóris antes do concurso, 1957.	1128
Imagem 20 - Chlóris desfilando em traje de baile, 1957.	11410
Imagem 21 - Francisca desfilando com traje de baile, 1957.	11511
Imagem 22 - Desfile de maiô.	11612
Imagem 23 - Chlóris posando com a faixa.	11612
Imagem 24 - Chlóris desfila em vestido de festa após a vitória.	11713
Imagem 25 - Chlóris, Miss Piauí 1957 e Teresinha Alcântara Miss Piauí 1956.	1184
Imagem 26 - Chegada de Chlóris ao Clube dos Diários.	1195
Imagem 27 - Apresentação como Miss Piauí.	1195

Imagem 28 - Sorrisos de misses: Francisca Moura, Chlóris Fontenele e Teresinha Alcântara, no clube.	1206
Imagem 29 - Chlóris em cortejo como Miss Piauí.	1217
Imagem 30 - Concurso de Miss Brasil 1957: Teresa (Miss Pará), Malvina (Miss Maranhão), Chlóris (Miss Piauí).	1228
Imagem 31 - Medidas da Miss Piauí.....	1239
Imagem 32 - Chlóris no concurso de Miss Brasil 1957.....	12420
Imagem 33 - Foto oficial das misses 1957 no prédio da Revista Manchete.	12521
Imagem 34 - Chamada de aclamação da Miss Parnaíba 1957 no Gazeta do Piauí, 27 de abril de 1957.....	13329
Imagem 35 - Miss Parnaíba 1957 capa do Gazeta do Piauí, 01de maio de 1957.....	13430
Imagem 36 - Mulheres no evento do Rotary, s/d.....	1439
Imagem 37 - Chegou ontem Miss Piauí 1957, O Jornal (RJ), 6 de junho 1957.....	1484
Imagem 38 - Propaganda concurso Miss Brasil 1957 no Hotel Quitandinha.	15450
Imagem 39 - Miss Piauí para O Cruzeiro.....	15552
Imagem 40 - Piauí de fechar o comércio, Revista Manchete.	1584

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1	
A PRINCESA DO IGARAÇÚ: A cidade de Parnaíba – PI	28
<i>1.1 Bailes, beleza e o sereno: o Cassino 24 de Janeiro</i>	35
<i>1.2 Mulheres em concursos de beleza</i>	39
CAPÍTULO 2	
MISS VERSUS SENHORINHA: corpo e comportamento para as mulheres em Parnaíba – PI e no Brasil	46
<i>2.1 Beleza de Miss em concurso é inimigo da moral</i>	49
<i>2.2 A nova onda modernizadora: a influência da “boa vizinhança” estadunidense no Brasil</i>	57
<i>2.3 Um corpo ideal: História do Corpo através dos Anos Dourados</i>	67
CAPÍTULO 3	
- “CHLORIS – MISS PIAUÍ”: memórias de um colonista, o concurso e a Miss	78
<i>3.1 Memórias de beleza em concursos</i>	81
<i>3.2 A ninfa da beleza: o concurso e a imagem das mulheres</i>	95
<i>3.3 “Salve Miss Piauí”: Chlória Maria Guimarães Fontenele</i>	102
CAPÍTULO 4	
NOTÍCIAS DE BELEZA: a trajetória de Chlória Maria Guimarães Fontenele nas páginas de jornais e revistas	126
<i>4.1 Gazeta do Piauí e a campanha ao título de Miss Parnaíba</i>	129
<i>4.2 Notícias de beleza em terras piauienses: a cobertura sobre o concurso de Miss Piauí 1957</i>	138
<i>4.3 Chlória Fontenele nas páginas de jornais e revistas no Brasil</i>	145
<i>4.4 História das mulheres nas narrativas sobre a beleza de Chlória</i>	161
CONSIDERAÇÕES FINAIS	166

REFERÊNCIAS	169
FONTES	165
ANEXOS	175

INTRODUÇÃO

Através do olhar minucioso e persistente de uma mulher, foi possível enxergar esta pesquisa. São diversas as possibilidades de examinar a história que iremos analisar, entre os seus possíveis porquês de terem sido narradas de tal forma. Por muito tempo a História foi contada por meio do olhar de homens, onde houve a seleção de quem e do que se desejava examinar. Essas escolhas dizem muito sobre qual contexto estavam inseridos os historiadores. Sabendo que as próprias escolhas das fontes a serem investigadas partem da subjetividade do pesquisador. Assim, esta pesquisa foi delimitada por meio de fontes que descreve e investiga um período da ação de uma mulher na História,

Cada historiador examina su práctica a partir de su propio campo de trabajo. A mi parecer, lo que da sentido a los análisis historiográficos o metodológicos es su capacidad de inventar objetos de investigación, de proponer nuevas categorías interpretativas y construir comprensiones inéditas de problemas antiguos. (CHARTIER, 2005, p. 10)

O historiador descama, através das fontes, períodos do tempo histórico em que as ações dos homens e das mulheres foram pertinentes para a sociedade. O ofício do historiador é justamente ver através dos sedimentos as mudanças ocasionadas pela aurora de novos discursos e qual o seu impacto perante o mundo contemporâneo.

In las últimas décadas, los historiadores fueron convidados a reflexionar sobre sus propias prácticas. Lo hicieron de diversas maneras: analizando las mutaciones que transformaron la historia en los siglos XIX y XX; dialogando con los filósofos y los críticos literarios que les recordaban que toda historia, cualquiera sea, moviliza siempre las figuras de la retórica y de la narración, o proponiendo una profunda reevaluación de los conceptos y de las categorías que habían fundamentado los éxitos de la historia de las sociedades y de las mentalidades. (CHARTIER, 2005, p. 9)

Ver as mudanças sociais diante da evolução dos discursos da beleza tem seus prós e contras. Dentro da historiografia ainda é um tema que se limita, principalmente no que tange de quem se fala¹. Por que a beleza ainda não é um espaço tão explorado dentro da historiografia? Porque é um tema que foi associado à mulher e ao longo da história se edificou como espaço de opressão para elas. Se a beleza fosse um campo onde os homens fossem o centro das discussões e de opressões, por muito tempo a História da Beleza seria discutida dentro da historiografia como tema que move e revoluciona os grupos, construindo e

¹ Um tema que é bastante explorado dentro da História da Arte, ligado à estética das obras de arte. Assim, quando se fala de história da beleza associa-se a essa disciplina.

modificando os espaços sociais, assim como qualquer outra ação de movimento social. Falar de beleza é explorar o campo do invisível e do indizível porque é relativo, e por mais que se queira cristalizar um conceito de beleza em determinada época, nunca ele será correspondente a todos que a presenciaram.

Entende-se por história toda a construção sobre o passado, presente e futuro que as mulheres e os homens habitam enquanto seres que pensam modificando um tempo e que possuem ações que o transformam. É possível entender a história como algo a mais: a possibilidade de despertar enredos vividos, que transformaram a vida de alguém e possivelmente de seus semelhantes em um tempo, em um local – não apenas físico – dentro de um acontecimento que globalmente talvez não tenha reconhecimento significativo, mas que anda de acordo com outras histórias e possui valor para quem o viveu, vive e possivelmente viverá, pois a datação de tempo não é capaz de apreender as dimensões dos acontecimentos.

Esta pesquisa fala sobre corpo, beleza, mulheres e discursos. Assim situa-se no campo da História Cultural, pois sabemos que a História como narrativa é feita pelos historiadores a partir da representação e reconstrução do passado através das fontes na tentativa em escrever sobre um passado real. Influenciados pelas mudanças que ocorreram no olhar e escrita dos historiadores ao longo do final do século XIX e início do XX, proporcionando uma revisão na historiografia. A partir da década de 1970, a História presenciou um momento de mudanças em seus paradigmas relacionadas ao direcionamento em que as pesquisas estavam se encaminhando. Novos temas, sujeitos e abordagens emergiram nos escritos históricos dando caminho a uma história influenciada pela aproximação da antropologia e dos debates teóricos sobre a produção da escrita do historiador. A cultura como parte da sociedade em que os homens influenciaram e se deixaram influenciar e a indagação do *fazer* do historiador, repercutiu na disciplina e a transformou.

Certa autonomia foi possibilitada ao historiador pela História Cultural, no que diz respeito a suas escolhas e possibilidades em construir um texto, mas o rigor historiográfico ainda permaneceu. O leque temático proporcionou infinitas possibilidades de se conhecer o passado através de novos objetos, no qual o olhar descentralizado da história permitiu que as novas indagações dos pesquisadores revisitassem temas já discutidos e a problematização de outros, como as mentalidades, micro-história, mulheres, gênero, corpo.

A preocupação com o corpo e seus vários significados, sentidos e interpretações se deram na revolução do pensamento filosófico-científico ocidental e principalmente dentro da

História². Com a possibilidade de desenvolver narrativas nas quais o *homem* – no sentido da historiografia sendo produzida apenas pelo olhar e realizações masculinas - estivesse descentralizado, novos personagens começariam a se materializar ao seu redor e revelariam que tudo o que foi produzido, contado e escrito, seus feitos e suas derrotas, estavam também associados às margens e a quem estava sendo omitido e silenciado ou nunca observado. Agora a perspectiva de se narrar uma história de reis, batalhas e instituições, analisando através da economia, do meio social, da cultura, de sua vida pública e privada, e todos os pormenores antes deixados de lado fizeram os historiadores compreenderem a riqueza que se fazia revelar diante dos seus olhos e na sua escrita.

Pela escolha bibliográfica, pelo manuseio das fontes e do objeto pesquisa, este estudo além de está inserido dentro da História Cultural tem como referencial teórico a perspectiva da História das Mulheres explorando os discursos feitos sobre elas, suas representações, suas práticas, suas imagens e as relações de poder.

[...] fazer história das mulheres não é fazer reparação. [...] História de compreensão de trajetórias femininas e sua diversidade, da qual as mulheres não foram vítimas, mas protagonistas, uma vez que souberam existir, resistir e construir seus poderes. Felizes ou infelizes, nem sempre estiveram certas. Também cometeram erros. (DEL PRIORE, 2020, p. 238)

É pertinente destacar essa delimitação teórica, pois assim como a própria margem historiográfica que se insere os temas sobre beleza, as narrativas sobre mulheres permaneceram por muito tempo sendo omitidas perante o grande pedestal da história tradicional. A inexistência de alguns temas, sujeitos nas narrativas historiográficas, encaminhou a História para uma nova revisão dentro de sua disciplina, em que a própria relação interdisciplinar e a inserção das filosofias dos movimentos sociais contribuíram para esse novo olhar dos historiadores sobre temas e personagens.

A desconstrução e reinvenção da história deve admitir o caráter de construção que a história tradicional possui, inclusive o papel e o lugar de homens e mulheres na sociedade, impedindo que a generalidade seja reduzida à realidade de um único sexo ou considerar como universal um ponto de vista unilateral. A história deve ser analisada não somente como um campo de dominação, manipulação e destino, mas como lugar de luta, de resistência e transgressão - como um leque imenso de possibilidades para os vários sujeitos historicamente construídos. (COLLING, 2014, p. 14)

² Trabalhos como o de Gilberto Freire, Michel Foucault, Georges Vigarello, são precursores nos estudos sobre o corpo.

Assim, as narrativas sobre mulheres começaram a ser desenvolvidas, não apenas como *reparação histórica*, mas como *renovação* e resultado das academias e das mudanças sociais, na qual o aumento da inserção de mulheres em espaços que antes eram ocupados quase exclusivamente pelos homens acabou ocasionando a necessidade de falar sobre novos temas; trabalho, sexo, vida privada, vida pública, família, maternidade, bruxaria, corpo, beleza, saúde e inúmeros outros foram temáticas que se fizeram presentes para a virada epistemológica dentro da historiografia e que podem ser visualizadas nas pesquisas do campo da História Cultural e Social.

Trabalhar com a história das mulheres exige que nós a entendamos como uma bem arquitetada invenção. As mulheres, assim como os homens, são simplesmente um efeito de práticas discursivas e não discursivas. Reconhecer os discursos e as práticas que nomearam as mulheres ou as silenciaram no campo da história é uma tarefa primeira. (COLLING, 2014, p. 34)

Dessa forma, as mulheres foram e são considerados seres divinos ou diabólicos e não cabe a esta pesquisa discorrer sobre isso, o interesse desta pesquisa está em discutir o porquê foi dado essa atribuição à figura feminina. Em um universo dotado de formas e leis, as mulheres constantemente se viram obrigadas a ter uma forma (nos seus corpos) e uma lei (quanto a sua beleza e estética). Evidenciamos aqui a separação das duas designações, veremos adiante que a beleza esta associada a alguns referenciais, dentre eles podem ser observados: medidas corporais, harmonia facial, beleza de espírito, boa conduta moral, entre outros. Não necessariamente dependendo de cada época, todas devem estar incluídas na mesma personagem. Veremos adiante, que de acordo com o tempo histórico, os discursos e os meios pelos quais serão divulgados exigirão um tipo de beleza. Tendo em vista isso, delimitamos um tempo, uma personagem e um espaço para discutir como essas questões, que parecem ser invisíveis, moldaram a consciência e ações de pessoas e que até hoje reverberam no nosso presente.

Falar sobre a escolha do tema, diz respeito às nossas escolhas enquanto pesquisadores. Vivendo em um mundo cercado pela pressão estética e observando uma variedade de discursos que ganham força cada vez maior a favor de um padrão de beleza que é vendido e valorizado, mas que na realidade não é uniforme, alcançável e existente, foi determinante para nortear à escrita e a pesquisa enquanto historiadora. O discurso da beleza construído e destinado para as mulheres é o que move este trabalho. O que observamos é uma construção histórica sobre o que é beleza, e como esse conceito foi associado ao movimento de indústria e mercado que prevaleceu ao longo do desenvolvimento da sociedade. A beleza e

especificamente o corpo na tentativa de ser belo associaram-se a um discurso em que primeiro julga e depois orienta a *buscá-lo*. Nessa busca, surgem inúmeros manuais, orientações, elixir, remédios, cosméticos, dietas e por fim as cirurgias, que vão modelar o que compreendemos por se manter-se ou tornar-se bela. Mas essa busca de uma beleza não fica resumida ao individual, pelo contrário, ela nasce no coletivo e se dissemina na ideia de ser uma conquista pessoal.

Somos reféns da beleza e estamos presos a um corpo que não nos pertencem. A sociedade moderna está em uma tradição de beleza apresentada constantemente nos anúncios, revistas, concursos, televisão, cosméticos e uma infinidade de produtos e lugares que nascem para isso. É no corpo que se projeta quem se quer ser e é através dele que os novos deuses se reinventam nas questões estéticas, como também detentor de poder de transformação e modificação.

Partindo de que o mundo contemporâneo é herdeiro de uma concepção e ritual de beleza, encarando-a como essencial na composição de sua identidade, é possível observar como somos atraídos para esse universo e quais elementos são característicos para nos fazer refletir sobre o tópico. Então, *de onde vem o discurso sobre beleza?* Certamente o discurso de beleza nasce quando parte de um indivíduo e seu espaço particular se volta para influenciar e/ou modificar outro indivíduo. Isso é possível através da credibilidade e confiança que é sentida de onde vem esse discurso.

Além da dificuldade em sentir a ideia de beleza e os padrões estéticos imposto pelo meio social em nossos dias existem também certa dificuldade em compreender como esses conceitos sobre a beleza se modificam em grupos sociais diferentes e em épocas distintas. Para chegar ao tema desta pesquisa, giramos em torno desses questionamentos e discussões sobre corpo e beleza contemporâneas, mas a escolha do objeto de pesquisa se deu desde 2016 no curso de Graduação em História da UESPI. Através das pesquisas para o trabalho de monografia, um amigo de turma (André Prado) sugeriu que eu investigasse os concursos de beleza em Parnaíba – devido à afinidade com o campo da história do corpo através do balé.

Pesquisando fotos sobre as Misses da cidade exibidas em um mural no Instituto Histórico e Genealógico de Parnaíba-PI e através do livro do colunista social Rubem Freitas, que escreveu sobre suas memórias em eventos parnaibanos, citando algumas misses e dando destaque a uma delas. A jovem eleita *Miss* no ano de 1957 foi lembrada por algumas pessoas que encontrei durante o período de pesquisa e observei que quando se fala em beleza, concursos e a história de Parnaíba logo o nome dessa jovem é ressaltado entre as memórias dos parnaibanos. Na pesquisa, encontrei crônicas, matérias nos jornais e fotografias do ano do

concurso chamando atenção o clima de agitação que esse tipo de movimento causou na cidade naquele ano. Parnaíba, com seus concursos e festas, estava inserida em um movimento de beleza nacional e até mesmo internacional.

De início, a pesquisa sobre os acontecimentos daquele ano sobre o evento e a *Miss* foi dificultada pela problemática da guarda de fontes na cidade, por questões que vão desde o acesso dos historiadores as fontes - boa parte trata-se de arquivos pessoais e familiares – e até mesmo a total inexistência delas, o que impossibilita algumas investigações. Nas fontes encontradas para esta pesquisa foi interessante observar o destaque que era dado quando se falava de beleza e mulher, no qual eram temas que estavam de acordo com os acontecimentos daquele período. Logo, a beleza da *Miss* não era algo apenas para se vê, mas também era para se julgar, copiar, lançar uma moda entre gestos, medidas e comportamento. O trabalho de monografia abriu caminho para se falar sobre esse tipo de assunto pela quase inexistente problematização sobre o tema³ na cidade e no estado, pois foge da seleção de temas já discutidos que enaltecem a cidade ou figuras que tiveram mais destaque nos meios sociais – a maioria homens - e pelos poucos debates dentro da própria historiografia. Os trabalhos historiográficos em Parnaíba ficaram presos à escolha de enaltecer a cidade versus mostrar a sua outra face: a pobreza, mas entre essas problemáticas ficam velados outros temas, bem como a história de mulheres como participantes de acontecimentos em que elas estavam em destaque. Por essas questões optamos por dar continuidade à pesquisa no mestrado para discutir problemas que não foram totalmente explorados em decorrência do tempo, fontes e o próprio amadurecimento teórico enquanto pesquisadora.

O *tempo* é o dos chamados Anos Dourados⁴. Popularmente conhecido assim, os anos de 1950 ficaram famosos no Brasil e no mundo, entre as classes médias e altas, como a década áurea da sociedade, período de renovação social, política e econômica, que levou a todos um ar de modernidade e juventude por vários meios. Segundo a historiadora Carla Pinsky, esse período corresponde de 1945 a 1964, com o fim da Segunda Guerra Mundial em que a posição do Brasil ao lado dos vencedores propiciou um clima de confiança no país, que ocorria não apenas aqui. Ainda segundo a autora, os anos de 1950 no Brasil passaram por uma

³ Apenas o trabalho de Doutorado em História da historiadora Mary Angélica Costa Tourinho que explora a presença das mulheres no mundo do trabalho, cita as Misses Comerciarío nos concursos de beleza em um período anterior ao desta pesquisa.

⁴ Os anos que vão de 1946 a 1964 costumam ser vistos como um período democrático. Comparados aos anteriores e aos imediatamente posteriores, eles delimitam um intervalo de tempo com maior liberdade de expressão. [...] nem tão liberal, nem tão estável como acreditam alguns, o período em si, do ponto de vista institucional, é marcado por uma certa continuidade. (PINSKY, 2014, p. 16)

fase de crescimento acelerado, e ocasionaram diversas transformações na infraestrutura das cidades e na vida cotidiana de mulheres e homens.

Além disso, a sofisticação das relações capitalistas propiciou um atrativo para os grandes centros que favoreceram as migrações entre as regiões, aumentando as diferenças. O capital estrangeiro se inseriu na economia brasileira – principalmente durante o governo de JK – e as políticas de boa vizinhança com os Estados Unidos permitiram absorver não apenas a política e a economia, mas também a cultura e as formas de relações sociais. *American way of life* foi utilizada como mantra para a classe média brasileira para a modernidade que se inseriu em um país que mesmo com toda absorção de um capital cultural estrangeiro também está imerso em um discurso e sentimento nacionalista.

O modelo dominante de família é a conjugal e a Igreja Católica ainda mantinha um poder importante como influenciadora nas condutas sociais, embora vá perdendo espaço para o novo comportamento propagandeado nos meios de comunicação. Assim, os anos dourados ou mais especificamente a década de 1950 é marcado por políticas populistas, influências internacionais e um projeto nacionalista. A segunda metade dessa década é marcada pela euforia e pelo processo de industrialização acelerado que altera os padrões de consumo. O salário-mínimo, embora deficiente, possibilitou os trabalhadores um maior acesso aos produtos industrializados; [...] e o consumismo passa a ser incentivado⁵.

A escolha desse tempo diz respeito ao significado que a *beleza* irá tomar a partir deste contexto: industrialização, modernidade, juventude, moral e consumo; são essas palavras que também estarão inseridas quando se fala em beleza nessa época, especialmente a partir dos anos 1950. Dessa forma, o embelezamento se transformou em *gênero de primeira necessidade*, com uma indústria que reúne alimentação, cosmética, saúde e atividades esportivas⁶. Analisando a beleza ao longo da história no Brasil, Denise Bernuzzi Sant’Anna observou que no decorrer dos anos 50 parece existir um *despertar* de um novo olhar de como se manter bela. Aliado ao processo de industrialização e modernização que estava se desenvolvendo influenciado pelo contexto internacional, ser bela era ser jovem, manter uma aparência saudável e moderna com a ajuda dos novos produtos que se inseriram no mercado.

Desde o final dos anos 1950, a imagem das *femes fatales* da década anterior pareceu um artifício da velha e cansada Europa. Diferente das antigas revistas, a nova geração de publicações para as brasileiras substituiu definitivamente a expressão “remédios para a beleza” pela palavra “cosméticos”. Os produtos para o tratamento do rosto e dos cabelos, criados nessa era de entusiasmo por odores mais críticos e

⁵ PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres nos anos dourado**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 17.

⁶ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 10.

menos adocicados, pelas embalagens de plástico e cremes sem detergente, convidavam a mulher a adquirir uma aparência juvenil e bela 24 horas por dia (SANT'ANNA, 2014, p. 114).

Beleza e consumo se associaram na segunda metade da década para assim combater os males da antiga mulher: o envelhecimento. Indústrias estrangeiras se estabeleceram no país, como a Avon, vendendo de porta em porta, e outras marcas, como Pond's, Max Factor e Helena Rubinstein, que possibilitaram uma maior diversidade de empresas e produtos modernos venderam seus cosméticos tornando-os de primeira necessidade para consumir, prometendo retardar o que era mais temido entre as mulheres, envelhecer.

A *curva* é da Miss Piauí 1957, Chlórís Maria Guimarães Fontenele. A Miss recebeu inúmeras alcunhas devido seu nome ter diversos significados, dentre eles: gênero botânico pertencente à família Poaceae; assim ela também foi nomeada como Ninfa das flores ou Deusa da Primavera. Curiosamente quando Chlórís disputava aos títulos de beleza, durante a década de 1950, o discurso destinado à beleza feminina e principalmente as misses valorizavam o ser *bela* como algo natural, um *dom* divino, inspirado nos conceitos que remontam ao ideal clássico grego, assim como a personificação do conceito de deusa. Uma *Miss* não disputava o título de beleza apenas como competição, existia todo um ritual de ascensão e valorização da imagem feminina a favor dessa aproximação estética divina, na qual as medidas corporais valorizadas nos anos dourados era fruto de uma atualização de um discurso muito anterior que associava a beleza à matemática e a uma pureza herdada. Chlórís possuía as medidas corporais valorizadas e disseminadas nos anos de 1950 para determinadas mulheres.

Mas os anos dourados no Brasil não corresponderam apenas ao plano ideológico do que é beleza. No corpo, esse discurso é presente na estética divulgada através de revistas ilustradas, jornais, rádio e a TV, recém-chegada aos lares brasileiros. A representação⁷ dessa imagem será através das medidas corporais na qual a estética corporal famosa dos anos dourados é o *corpo violão*, um corpo curvilíneo, mas não gordo. Anterior a repulsa contemporânea da gordura corporal em favor de uma alta valorização de corpos *zero gordura*. Nesse período, o discurso destinado às mulheres estava voltado para valorização de um corpo

⁷ Segundo Chartier o campo das representações está na compreensão de uma determinada realidade social. As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem a universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam. Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem os utiliza. As percepções do social não são de forma alguma discursos neutros: produzem estratégias e práticas que tendem a impor uma autoridade a custo de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. (1988, p. 17) Estando inserida no campo de concorrência e competições onde os desafios se enunciam em termos de poder e dominação.

cheio de curvas, mas não em excesso. Uma expressão famosa entre a imprensa da época foi a da *mulher bucho*:

A presença da bucho na imprensa é envergonhada diante das musas que têm os homens a seus pés. A aparição da bucho foi um contraponto à beleza, em piadas, canções populares e na literatura de cordel. Sempre vistas como estraga prazeres, pobres-diabos, tão feias que mal parecem mulheres. [...] a mulher bucho da década de 1950 tendia a ser mais barriguda do que propriamente gorda. Seu maior problema era o de não possuir curvas sedutoras, saliências nos lugares em que o olhar esperava encontrar vales profundos, apetitosas formas. (SANT'ANNA, 2014, p.99-100)

Isto é, ao contrário da *bucho* estaria a *violão*. Na medida certa era possível encontrar em alguns modelos como as *pin-ups*, onde as mais famosas no Brasil foram às ilustrações de Alceu Penna na revista O Cruzeiro: a cintura fina, os quadris largos e os seios roliços⁸, eram as imagens do corpo violão, disseminado pela imagem de uma *Miss* famosa por representar o símbolo de beleza dos anos dourados. Assim, muito em voga nesse período, os concursos de beleza tinham muito prestígio social principalmente entre as classes mais altas. Misses, vedetes, *pin-ups* e estrelas americanas tornaram-se os corpos nos quais os discursos de beleza dos anos dourados encarnavam.

Analisar o concurso de Miss Piauí 1957, contextualizando a *Miss* Chlórís dentro de seu contexto social e o discurso veiculado sobre ela nesses acontecimentos, nos fez visualizar um olhar sobre o evento a partir das fontes e problematizar o discurso sobre o corpo e a beleza feminina na década de 1950 – mais precisamente em Parnaíba no ano de 1957.

A história nos ajuda a compreender que, contra a engrenagem da repetição, contra o retorno da adversidade, há o desejo de autonomia e igualdade. Há a vontade de rejeitar a vitimização generalizada. Há o desejo de dizer “sim” num mundo que diz “não”. Assistimos à mudança de uma ordem tão velha quanto o mundo: a dos sexos. A história está mudando sob nossos olhos. Hoje as mulheres falam, e os homens escutam. (PRIORE, 2020, p. 9)

Os discursos construídos destinados a moldar uma imagem feminina, as relações de poder que se estabeleceram ao redor do corpo e da beleza, o comportamento que surgiram para associar a mulher a um lugar destinado e exclusivo para elas foram observações feitas sobre um evento da segunda metade do século XX, mas que atualmente ainda continuam a influenciar o universo feminino.

⁸ SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Sempre Bela. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

A referência teórica que norteia o trabalho é fundamentada principalmente sobre duas autoras. A primeira é nos trabalhos de Denize Bernuzzi Sant’Anna, que produz sobre a história da beleza no Brasil analisando como é definido o conceito de beleza em contraposição ao feio e como é internalizado na sociedade um padrão que se almeja conquistar. Homens e mulheres são constantemente bombardeados por informações para desejar e conquistar o belo, a graça e a perfeição. A segunda é nas pesquisas da historiadora Carla Bassanezi Pinsky, que produz trabalhos baseados na história das mulheres, comportamento e sociedade. A própria delimitação de tempo de um de seus trabalhos são os *Anos Dourados*, segundo ela vai de 1945-1964, por motivos políticos e sociais específicos que estavam mudando os novos conceitos de cidades e sujeitos. O discurso de moralidade, de papel social e de espaços vai ser analisado sob o olhar dessas historiadoras. Também utilizamos Mary Del Priori para entendermos como as padronizações e os discursos de corpo foram mudando na história, entendemos que não há um marco específico e sim mudanças lentas e graduais, mas que ficaram fortemente expressas pelos corpos representados dos mais variados modelos: memorialistas, imprensas, fotografias, pinturas, músicas, poemas.

Outros autores com os mais variados discursos também contribuíram para a construção desta pesquisa. Umberto Eco nos auxilia quando analisou as mudanças estéticas – principalmente femininas – na arte e como essas produções são influenciadas por uma época e uma sociedade. Além desse, outros autores que trabalham os discursos das representações e da cidade foram essenciais para o aprofundamento do tema.

No âmbito local, utilizamos a historiadora Mary Angélica Tourinho e o historiador Josenias Silva para entender como são construídos e disseminados os discursos sobre a cidade. Através do olhar desses historiadores, visualizamos uma Parnaíba que por meio dos anos se configurou como cidade modelo dentro de um auge econômico propício ao crescimento das elites locais e suas atividades interativas de lazer em locais específicos para esses personagens. Memorialistas, imprensa, economia, lazer e todos os elementos que se unem e formam uma cidade são percebidos por esses historiadores e nos faz ter uma visão da forma como as relações sociais foram acontecendo em Parnaíba e a maneira que influenciava os sujeitos, especialmente o público feminino.

Em relação à organização do trabalho, no capítulo 1– *A princesa do igaraçu: A cidade de Parnaíba – PI* – tratamos do espaço social de onde partiu esse movimento de beleza, os discursos e a *Miss Chlóris*: a cidade de Parnaíba. Banhada pelas águas do rio Igaracú, é conhecida na região como Princesa do Igaracú e Princesa do Delta. Inspirada pelas várias matérias do jornal *Gazeta do Piauí* e poemas que se referiam a Chlóris como *Princesa do*

Igarassú e na qual foi motivo de publicação de uma revista com o mesmo título, utilizei dessa alcunha para descrever como a cidade era vista nesse período através dos relatos dos memorialistas e autores que escreveram sobre ela. Dentro dessa cidade, alguns espaços se destacam, sejam através de suas histórias ou por se tratar de um local importante nas narrativas para os concursos de beleza. O primeiro tratar-se do *Cassino 24 de Janeiro*, lugar que faz parte da escrita memorialística nostálgica, era um importante clube de Parnaíba que tinha como frequentadores os grupos da elite. A cidade, enquanto espaço de sociabilidades, é composta por uma diferença de seus grupos sociais participantes em movimentos como esses, pois ao mesmo tempo em que é um espaço de transição comum para todos, para alguns grupos não é. Famílias mais destacadas em sua economia e educação faziam parte de clubes, bailes, eventos religiosos, entre outros, onde suas fotografias, histórias e lembranças ficaram presentes ao longo do tempo; diferente dos grupos mais pobres da cidade, que estavam associadas a tragédias e nas quais suas histórias quase não apareciam nos meios de comunicação, muito menos em boletins que circulavam em grupos mais restritos – como é o caso do *Almanaque da Parnaíba* - no qual nas análises das fontes esses são os que menos apareciam em meio as notícias da cidade. A problemática das fontes que privilegiam determinados grupos da cidade é colocada em questionamento partindo do rio, outro local importante para os acontecimentos de Parnaíba.

O Capítulo 2, *Miss versus Senhorinha: corpo e comportamento para as mulheres em Parnaíba – PI e no Brasil*, é norteado por duas matérias presentes no *Almanaque da Parnaíba* do ano de 1958. Famoso boletim de acontecimentos, propagandas e vida sociocultural da cidade, o *Almanaque da Parnaíba*, publicado pela primeira vez no ano de 1924, foi idealizado por Benjamim dos Santos Lima. As matérias tratavam da beleza feminina e dos concursos de beleza, mas em dois pontos opostos: a primeira tratava de uma nota dos redatores parabenizando Chlórís pela vitória no concurso estadual e toda sua participação nos eventos de beleza; a segunda um texto escrito pelo seminarista Defrísio Evangelista, que na defesa da moral, da imagem intocável das moças e da boa família, o autor se colocava contra os concursos e apontava os seus porquês: o medo da influência da libertinagem norte-americana.

Através dessas matérias percebemos que o discurso de êxtase relacionado aos concursos não era unânime na sociedade, principalmente em Parnaíba. Os concursos de Misses nos anos 50 destacavam além de beleza, valores e condutas para determinadas mulheres. Eles eram inspirados em um discurso sobre beleza de épocas mais remotas para simbolizar a valorização de um tempo e costumes, assim os revivendo, mas que não era

igualitário a todos os grupos sociais. Mesmo as mulheres da classe média e da elite brasileira atingindo espaços em meio aos homens nos estudos, mercado de trabalho e na exibição de sua própria imagem, ainda assim alguns setores sociais se mantinham conservadores quanto à presença feminina e a divulgação de sua imagem fora do lar. Incutindo referências comportamentais por meio da educação e recaiam também em seus corpos. As discussões sobre a moral feminina estavam destinadas sobre como os corpos estariam dispostos socialmente carregando as antigas tradições, disputando lado a lado com um movimento de modernização espacial, ideológica e consumista, que se destacava pelo tom de liberdade destinado aos corpos. Dentro dessa discussão, analisei a partir da História do Corpo como esses discursos se destinavam aos corpos femininos, recuperando e moldando padrões corporais a fim de colocá-las em um lugar onde a beleza estaria destinada para os outros.

O Capítulo 3 – “*Chloris – Miss Piauí*”: *memórias de um colunista, o concurso e a Miss*, explora dentro da década de ouro, através do discurso do memorialista parnaibano Rubem Freitas, como uma narrativa se constrói em volta do concurso de beleza que ocorreu em três momentos distintos: *Miss Parnaíba* na cidade de Parnaíba; *Miss Piauí* na cidade de Teresina; e *Miss Brasil* sediado no Rio de Janeiro, todos no ano de 1957. Foi analisado não somente os concursos, mas os acontecimentos anteriores que levaram a parnaibana a competir em tais eventos. No concurso de *Miss Parnaíba*, Chlórís é eleita por indicação e sem competição, ao contrário da competição do *Miss Piauí*, onde duas misses concorreram ao título de “mulher mais bela do estado”: a parnaibana Chlórís Maria Guimarães Fontenele e a picoense Francisca de Barros Moura. Duas misses disputavam um título que, assim como hoje, possui um universo de significados que estão para além do olhar estético, de valorizar a beleza da mulher e de escolher a mais bela do Estado.

Além da descrição e contextualização do evento e da época, discuto sobre a medida da beleza tão exigida e cobrada para as mulheres e principalmente as misses, que remonta a períodos e sociedades anteriores, para assim fazer reviver modos e costumes, bem como o próprio conceito sobre beleza. Também a discussão desse capítulo está relacionada ao arquétipo feminino associado às mulheres e suas belezas, principalmente nos concursos, onde termos como *deusa*, *princesa* e *rainha* são muito comuns nesses eventos e no qual o próprio significado do nome de Chlórís esteja relacionado a isso. Nos capítulos posteriores, observamos como a *Miss* será referenciada, pois naquele período o discurso estético para determinadas mulheres a encaravam como deusas, no qual associado à fama das misses, esses discursos valorizavam belezas mitológicas ou irreais. O discurso do memorialista e as

fotografias dos eventos e da *Miss* foram às fontes utilizadas para compor a narrativa deste capítulo.

No Capítulo 4, *NOTÍCIAS DE BELEZA: a trajetória de Chlóris Guimarães Fontenele nas páginas de jornais e revistas*, as fontes hemerográficas foram utilizadas para entender como o discurso dos veículos de informação daquele momento descreviam os concursos e as misses e os motivos ideológicos que estavam por trás. Os jornais e revistas que circulavam na década de 1950 tentavam deter poder sob seus leitores como influenciadores: manuais de condutas, conselhos, dicas e uma infinidade de *sugestões* vindas das páginas ilustradas ou não, tentavam conduzir a vida cotidiana de homens e mulheres.

A partir da segunda metade dessa década, atrelada ao movimento internacional de consumo e aceleração dos ideais de industrialização e modernidade, esses meios de comunicação – juntamente com a TV e o rádio – não apenas ilustravam velhos comportamentos, mas já cediam espaço para as novas normas e condutas. As misses estampavam velhas tradições, mas também a modernidade em suas belezas, corpos, desejos, sonhos e comportamentos. Em contexto local, o jornal *Gazeta do Piauí* foi o responsável por uma ampla cobertura dos passos de Chlóris nas passarelas dos concursos e a nível nacional a *Miss Piauí* estampou várias matérias em jornais de cidades como Rio de Janeiro, Recife e Curitiba. Além das matérias analisadas, as fotos encontradas nas revistas *O Cruzeiro* e *Manchete* contribuíram não apenas para ilustrar, mas reafirmar problemáticas já discutidas nos capítulos anteriores – como as medidas corporais da *Miss*. Por se tratar de fontes inéditas sobre Chlóris e os concursos de beleza em que participou, esse capítulo trata-se de uma descrição intensa sobre as matérias encontradas, observando a presença da imagem feminina e dos assuntos sobre beleza nas páginas, bem como o impacto causado nos ânimos da sociedade em geral. Assim como no Capítulo 3, essas fontes se tratam de discursos proferidos por homens sobre mulheres. Baseando-se nisso, a discussão dentro do campo da História das Mulheres foi realizada a partir da problemática da ausência de textos escritos por mulheres e outras presenças femininas - além da imagem de Chlóris no jornal da cidade. Também para entendermos como a partir da História Cultural é possível realizar uma história da beleza sobre mulheres misses, problematizando esses discursos que chegaram até nós.

CAPÍTULO 1 – A PRINCESA DO IGARAÇÚ: A Cidade de Parnaíba – PI

“*jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve*”
(Marco Polo)

Inspirada no grande rio, a cidade de Parnaíba foi nomeada. Situada a direita do rio Igaracú, um dos braços do rio Parnaíba, a cidade é ventilada pelos rios e pelo mar. Recebeu esse nome em homenagem ao desbravador, bandeirante e caçador de nativos Domingos Jorge Velho, que nasceu na Vila de Parnaíba em São Paulo. Parnaíba está localizada na microrregião do litoral piauiense e possui uma das praias localizada a aproximadamente 18 km da região urbana, a Praia da Pedra do Sal, local de trabalho, lazer, morada e fé. Devido a sua localização, Parnaíba se faz porta de entrada para diversas outras praias, rios e lagoas; como as praias situadas na cidade de Luís Correia; e a cidade de Ilha Grande, por onde se acessa o único Delta em mar aberto das Américas, o Delta do Parnaíba.

Sua história parte das margens do rio Igaracú, nome de origem nativa que significa *rio de Canoa Grande* (SILVA, 1987) e situado na região está o Porto das Barcas, local onde navios comerciantes de produtos variados oriundos de nacionalidades diversas atracavam. Além da comercialização de escravos oriundos do tráfico negreiro. Em uma época em que as águas desse rio estavam em boa condição de navegabilidade e que quase toda sua mobilidade urbana se dava pelo rio, Parnaíba cresceu enquanto estrutura física, econômica e social, na qual foi lar para famílias de diversas nacionalidades, essas que fizeram suas riquezas com o lucro das atividades produzidas, principalmente, com a extração de produtos oriundos da carnaúba, planta nativa da região. O rio possuía grande valor econômico, uma vez que também se destacava pela importância de sobrevivência, lazer, tragédia, lendas e crônicas.

O RIO IGARAÇÚ

É o rio de Canoa Grande no linguajar indígena com uma extensão de 23 quilômetros. É um Braço do rio Parnaíba, o titular da grande bacia hidrográfica, incluindo mais sete afluentes por todo o Estado do Piauí. O rio Igaracú banha Parnaíba pela sua margem direita. Sobre ele em frente a Avenida Presidente Vargas fica a bonita Ponte Simplício Dias, elo de união entre a Ilha Grande de Santa Izabel e Parnaíba. O Igaracú é o nosso rio, por onde deslizam as barcas e canoas com as mercadorias necessárias. E como disse Berilo Neves: - o Igaracú é sereno como uma oração e quieto como um santo, no inverno enche-se tumefaz-se e sobe audacioso nos barrancos das margens. (SILVA, 1987, p.22)

A cidade cresceu a partir do rio, por isso Parnaíba é a conhecida como *Princesa do Igaracú*. Em um Estado em que o rio Parnaíba é majestade para a sobrevivência de diversas

cidades que se desenvolveram a partir de suas águas e nas quais grupos acumularam riquezas e outros tantos foram castigados com suas cheias e secas.

O apelido está relacionado ao rio, devido a sua importância geográfica para o lugar. A memorialista Maria da Penha Fonte e Silva, em várias de suas crônicas, refere-se a Parnaíba como *Princesa do Igaracú*, título que será muito utilizado principalmente pelos memorialistas e cronistas:

A PRINCESA DO IGARAÇÚ

[...] Situada então no Delta do Rio Grande dos Tapuias, primitivo nome do Parnaíba e bafejada pela doce brisa tangida do Atlântico, ela tornou-se o centro principal das exportações piauienses; tornou-se um grande centro comercial por excelência, e um grande centro político. Localizada à margem direita do Rio Igaracú, o rio de Canoa Grande, o principal braço do rio Parnaíba e sobre o qual ela se debruça vaidosa, se refletindo faceira sobre as águas dolentes, recebendo daí, o pomposo título de Princesa do Igaracú. (SILVA, 1987, p. 60)

Através da economia, grupos familiares herdeiros dos primeiros desbravadores permaneceram na cidade compondo uma elite econômica, social, letrada, religiosa, festiva, midiática e precursora. Desenvolveram a cidade através de suas riquezas, como uma das mais importantes da região até o seu total declínio na prática de exportações. Além disso, para a sobrevivência pescadores e pescadoras tiraram sua fonte de alimentação e renda das águas barrentas do Igaracú, além das práticas de lazer, banho e lavagem de roupas e utensílios domésticos.

O rio também fantástico é inspiração para histórias imaginadas onde as lendas se misturam. Inspirada na lenda piauiense contada a partir do rio Parnaíba está também presente no imaginário dos parnaibanos mais antigos, onde é passado de geração em geração, a lenda do *Cabeça de Cuia*⁹, sendo uma das mais famosas na região. É contada não apenas como história de aparição sobrenatural - por aqueles que acreditam já terem visto *Crispim* e sua enorme cabeça - mas também como uma forma de controle moral.

Dessa forma, o rio aparece em referência a Chlórís Maria Guimarães Fontenele, nossa personagem, *Miss Piauí 1957*, onde também é intitulada de *Princesa do Igaracú*, principalmente quando ela voltou todo o dinheiro arrecadado para os custos da viagem à Teresina – em que concorreria ao título de *Miss Piauí* – para ajudar a população afetada pelas cheias do rio.

⁹ Crispim morava as margens do rio. Jovem de origem pobre, um dia ao voltar da pescaria sem conseguir um peixe, encontra uma sopa rala de ossos para almoçar. Revoltado, Crispim grita com a mãe e em um ataque de fúria joga os ossos e acerta a cabeça da mãe. Antes de morrer, sua mãe o amaldiçoa: “tua cabeça crescerá e apenas se possúres sete Marias virgens que irás se libertar”. Crispim assim ficou encantado no rio. E até hoje vaga nas águas barrentas a procura de Sete Marias Virgens para se libertar.

Nas páginas do jornal *Gazeta do Piauí*, as matérias da semana em que Chlóris ganharia o título de *Miss Parnaíba* para posteriormente concorrer ao *Miss Piauí* foram em relação a esse acontecimento que desabrigou várias famílias, em meio as notícias sobre a data remarcada para a festa onde a *Miss Parnaíba 1930* iria passar a faixa para Chlóris. A ação da *Miss* foi noticiada na matéria *Parnaíba ou Veneza?* do dia 11 de maio de 1957,

Parnaíba ou Veneza?

Durante vários dias, o “Velho Monge” passará com as alongadas barbas afogadas nas águas poderosas e traiçoeiras do Parnaíba. Era realmente triste presenciar aquele formidável espetáculo que se efetuara, há dias, nesta pacata cidade. A população turbulenta ficava ao expectar àquelas cenas, onde o pobre que, seus recursos monetários, se sujeitara a enfrentar todos os obstáculos que se lhe apresentaram. As águas conquistaram, com furor, as vias dos bairros e, como o trator, deitavam ao solo as cabanas dos pobres e os “bangalôs” dos opulentos. O “Jeep”, que trafegava pelas ruas dos bairros ribeirinhos, cedeu lugar às cauvas que, penilativamente, deslizavam sobre as águas barrentas da caudalosa artéria. Era realmente detestável presenciar aquela trágica cena indigna das pupilas dos parnaibanos. E o proletariado sofreu, demasiadamente, durante aqueles dias? Sim. Mas graças aos corações generosos das autoridades locais competentes e, mormente, a graciosa e esbelta Cloris Guimarães, futura “Miss Piauí” que, reta e conscienciosamente, analisaram o deplorável estado da prole, e agiram como deviam, não tivemos a chance de observar expandir-se a miséria pelas ruas de Parnaíba. (RODRIGUES in GAZETA DO PIAUÍ, 11 de maio de 1957, capa)

As cheias do rio Parnaíba, que afetavam seu afluente, o rio Igaracú, sempre foram acontecimentos ambientais que modificavam os modos de viver e conviver da cidade, principalmente a região do centro, onde a cidade se desenvolveu economicamente – à beira do rio – e socialmente, com as ruas, praças, igrejas e os casarões. Essa questão urbanística atingia de certa forma os eventos sociais - como é o caso dos acontecimentos para a festa da *Miss Parnaíba* - e esteve presente em diversas edições do jornal *Gazeta do Piauí* ao lado das matérias sobre Chlóris, inclusive a matéria *Calamidade* refere-se às cheias e aos problemas vividos pelos moradores do bairro Coroa e 7 de Janeiro (Tucuns), que viviam na recorrência das “cheias do rio que leva nome de nossa própria terra” (*GAZETA DO PIAUÍ*, 11 de maio de 1957).

Imagem 1 - Vidas e casas em meio ao rio Igaracú.



Fonte: Arquivo pessoal, s/a.

As imagens de enchentes ainda fazem parte do cotidiano da população ribeirinha, principalmente no período chuvoso que vai de janeiro a maio, acentuando as divergências sociais presentes em uma mesma Parnaíba. As cheias do Igaracú em tempos de intensas chuvas ainda são recorrentes nos bairros acima citados. As matérias sobre as enchentes aparecem em todas as décadas ao longo da história da cidade. Na Imagem 1, uma senhora em destaque no canto direito transporta algo e caminha onde antes do rio, era rua. Ao fundo outras pessoas se deslocam levando seus pertences em uma carroça. O bairro é desconhecido, mas possivelmente é um dos bairros que se encontram a margem do rio, sendo eles: bairro São José e bairro do Carmo (Coroa), que se localizam ao redor do centro e, conseqüentemente, onde se encontravam uma boa parte da população mais pobre.

A fotografia fala sobre dois olhares distintos. Não apenas de quem registra, mas sobre o que é fotografado. Segundo Pesavento, a fotografia além de um processo de criação do fotógrafo é resultado de duas realidades entre a do que se capturou e a de quem capturou,

[...] a foto é traço do objeto que um dia ali esteve diante do aparelho, como uma marca ou pegada que foi possível captar. Dessa forma, as fotografias e, sobretudo, as de cidades, são dotadas de um valor documental: historiadores delas se apropriam em busca de constatar a presença ou ausência de determinados prédios, o estado das ruas, captando a vida presente em um momento do tempo, congelado para sempre na imagem que se agrava no papel pelo efeito técnico de captação da luz. (PESAVENTO, 2007, p. 22)

Podemos perceber nas narrativas através do rio uma Parnaíba dividida: entre os visíveis e os invisíveis. Uma cidade que dependendo do grupo social era diferente para cada realidade. O rio auxiliou, enriqueceu e possibilitou o caminho de crescimento econômico para a cidade e muitas famílias locais, além da fixação de residentes estrangeiros e por outro lado exaltou a pobreza de outros. Percebemos uma cidade que teve seu progresso e sua modernização voltada para poucos e que esses conceitos eram símbolos que destacavam ainda mais o distanciamento e a pobreza social da maior parcela da população. Edificada sob o passado de sua *belle époque*, possuía uma beleza selecionada para poucos.

Nunca falamos de uma mesma cidade. Ela não é feita apenas por sua parte física. É feita de lembranças, narrativas e das vivências de seus habitantes e de seus acontecimentos. As histórias particulares de cada indivíduo dizem muito sobre a cidade na qual residem. Nesse envolvimento, sujeito e cidade fazem partes das mesmas histórias que são marcadas no tempo.

Uma cidade – partindo de seus acontecimentos - pode ser tão real através de escritos, fotografias e da memória e ao mesmo tempo pode ser imaginada¹⁰. Através de discursos que visam privilegiá-la, omitir situações e pessoas, reviver apenas memórias felizes e bem-sucedidas ou de uma pequena minoria dominante, existe uma variedade de possibilidades para narrá-la. O que torna uma tarefa ainda mais problemática para os historiadores.

Mas essa cidade do passado é sempre pensada através do presente, que se renova continuamente no *tempo do agora*, seja através da memória/evocação, individual ou coletiva, seja através da narrativa histórica pela qual cada geração reconstrói aquele passado. É ainda nessa medida que uma cidade inventa seu passado, construindo um mito das origens, recolhendo as lendas, descobrindo seus pais ancestrais, elegendo seus heróis fundadores, identificando um patrimônio, catalogando monumentos, atribuindo significados aos lugares e aos personagens, definindo tradições, impondo ritos. Mais do que isso, tal processo imaginário de invenção da cidade e de escrita de sua história é capaz de construir utopias, regressivas ou progressivas, através das quais a urbe sonha a si mesma. (PESAVENTO, 2007, p. 16)

Parnaíba foi cenário de múltiplos eventos. É lembrada pelos memorialistas em seus vários aspectos: vida econômica, vida religiosa, vida social; personalidades, lugares, ruas e prédios, rios e mares. Todos os lugares habitados pelos parnaibanos que fizeram suas histórias na cidade. A Princesa do Igarajú viveu seu período de desenvolvimento e *belle époque*:

[...] a *belle époque* foi um período característico de fins do século XIX até as primeiras décadas do XX, marcada principalmente pelas conquistas materiais e

¹⁰ Pensando a cidade a partir da sensibilidade, Pesavento nos diz que “essa cidade sensível é uma cidade imaginária construída pelo pensamento e que identifica, classifica o traçado, a forma, o volume, as práticas e os atores desse espaço urbano vivido e visível, permitindo que enxerguemos, vivamos e apreciemos desta ou daquela forma a realidade tangível” (PESAVENTO, 2007, p.14).

tecnológicas da sociedade capitalista, pelo triunfo da sociedade burguesa e pela própria euforia em relação ao progresso. Ela foi fruto de uma maior interação entre os mercados internacionais que foram gradualmente globalizados a partir do advento de novos meios de transporte e comunicação. Dessa forma “modernidade” e “progresso foram termos amplamente utilizados para se referir aos ganhos materiais do período e serviram em grande medida como contraponto àquilo que era considerado velho, atrasado ou obsoleto em relação às conquistas naquele início de século. (SILVA, 2012, p. 12)

De diferentes formas, os aspectos de modernidade e progresso foram influenciadores para a cidade desde sua estrutura física como nas interações sociais. Parnaíba, cidade que desde sua fundação viveu sob o signo da economia, principalmente a de extrativismo – a cera de carnaúba, babaçu – que marcou todo o crescimento econômico e social, viveu a sua *belle époque* no maior período de atividade econômica que beneficiou a introdução de novos ares de modernidade, seja pelas modificações em seus espaços e pela implantação de novas condutas. O auge da economia propiciou a ascensão de uma elite comercial que visava o atendimento de suas necessidades e que por meio dessa minoria a absorção de novos modos foi sentida na cidade, o que aumentou a desigualdade social.

A cidade passou por reformas que – além de apresentar os sinais do conforto material buscado pelas famílias enriquecidas no comércio de exportação – alteraram sua configuração espacial e arquitetônica. Dessa forma, o mobiliário das residências, o vestuário, os perfumes, a arquitetura dos equipamentos urbanos e as principais novidades que desembarcavam nos portos de Parnaíba e Amarração acabaram instrumentalizando as ideias de “progresso” e “modernidade” que pairavam nos discursos oficiais sobre a cidade. Assim, a euforia social e o surgimento de novas formas de interação pública foram acompanhados pelo alargamento das distâncias entre ricos e pobres naquela sociedade. (SILVA, 2012, p. 13-14)

Mas, segundo alguns historiadores, essa *belle époque* parnaibana pode ser sentida até meados da década de 1950, pois o declínio nas atividades comerciais impactou diretamente as formas de viver e conviver na cidade, embora certa dinâmica de prosperidade da elite ainda tenha permanecido:

[...] o ano de 1950, além de caracterizar um processo de desaceleração econômica local, anuncia também o fim de um período marcado pelos resquícios e consequências da grande guerra, estado de exceção e valores patrióticos exacerbados anunciando os anos dourados da classe média brasileira, com novas e “requentadas” normas sobre o que seria ideal para ordem social e às mulheres como parte dessa ordem. (TOURINHO, 2015, p. 15-16)

A década de 1950 foi o último período do auge econômico da cidade a partir da exportação dos produtos oriundos do extrativismo e das relações comerciais no Porto das

Barcas. O declínio econômico aconteceu aos poucos, o que ainda proporcionou dinâmicas sociais realizadas pela elite referentes a essa época áurea.

Diferente de qualquer outro lugar da cidade, percebemos através dos relatos, principalmente dos memorialistas, que o *Cassino 24 de Janeiro* é o último lugar que marca essa imagem de uma cidade de elite comercial próspera, mantendo seus ritos e costumes e que será lembrada posteriormente como os anos dourados de Parnaíba:

A cidade também suscita paixões mais complexas que a casa, na medida em que oferece um espaço de deslocamento, de aproximação e de distanciamento. É possível ali sentir-se extraviado, errante, perdido, enquanto que seus espaços públicos, suas praças, justamente denominadas, convidam às comemorações e às reuniões ritualizadas. (RICOEUR, 2007, p. 159)

O médico e memorialista Carlos Araken, na introdução de seu livro *Histórias de uma cidade muito amada* faz referência ao filme *De volta para o futuro*¹¹ para falar sobre os anos dourados. Segundo sua leitura, o filme tratava de exibir uma visão nostálgica sobre essa época na qual “se convencionou chamar os anos dourados, que por muitos são tidos como os melhores anos do planeta, sem as dificuldades e conturbações desta época difícil que ora atravessamos” (ARAKEN, 1995, p.7).

Para o autor, a apologia feita pelo filme em tratar esses *golden days* era pensar uma realidade futura diferente da atual. Sua narrativa – apesar de não se denominar como nostálgico – tem um ar de saudosismo, bem característico dos memorialistas quando narram sobre os acontecimentos passados.

[...] a paisagem urbana/humana de Parnaíba foi aos poucos concentrando de um lado uma burguesia enriquecida e embevecida com o progresso material e de outro uma camada popular subtraída dessas conquistas e para quem a modernidade foi muitas vezes apenas uma vaga notícia. (SILVA, 2012, p. 45)

Apesar da exaltação de uma memória *glamorosa*, a *belle époque* parnaibana enalteceu uma elite comercial que se firmou e geriu as formas de viver e conviver na cidade, mas também salientou as desigualdades sociais entre os grupos que dividiam os mesmos espaços, seja em locais de passagem – como ruas e praças - ou nas residências na Rua Grande que contrastavam com os casebres no entorno à beira do rio, “para o grosso da população o *espetáculo da belle époque* praticamente inexistiu” (SILVA, 2012, p. 44, grifo nosso). Essas diferenças sociais podem ser percebidas ao analisar as fontes. Uma valorização em se narrar

¹¹ Filme de ficção científica e aventura, lançado em 1985, do diretor Robert Zemeckis, título original *Back to the Future*.

os feitos de uma elite que se beneficiou a partir de uma cidade próspera em suas produções comerciais e sociais é sempre lembrada com um sentimento de pertencimento em relação à cidade. Diferente de uma grande parte da população que vivia na mesma cidade, mas que possivelmente não tinha o mesmo sentimento.

1.1 Bailes, beleza e o sereno: o Cassino 24 de Janeiro.

Apesar dos fenômenos naturais, todo grande evento deveria ser comemorado. Assim como anterior a aclamação, para ascender Chlóris à competição, foi realizado “grande baile no Cassino para consagração e apresentação oficial da *Miss Parnaíba* e sua despedida, uma vez que iria a Teresina concorrer com Francisca Moura ao título de *Miss Piauí*.” (FREITAS, 2007, p. 57, destaque nosso).

O Cassino 24 de Janeiro foi um dos espaços mais importantes do local, “era para a cidade uma espécie de vitrine da moda e dos bons costumes” (SILVA, 2012, p. 37). A trajetória de beleza de Chlóris passou por lá e o próprio presidente do clube e sua esposa acompanharam todas as comitivas dos concursos que ela participou. Os laços que os grupos das classes altas tinham se estreitavam ainda mais nos encontros, organizações e festas:

Era um bonito prédio, em estilo colonial e, bem adaptado com as modificações feitas. Nas últimas décadas do século passado e nas primeiras do século XX, o mencionado prédio fora a luxuosa residência da ilustre família do coronel Josias Benedito de Moraes. Deste modo, o casarão cheio de janelas tornou-se o melhor Club dançante da cidade, o ponto de encontro da família parnaibana, nas noitadas alegres e festivas [...] A sociedade parnaibana ali era frequente! (SILVA, 1987, p. 229)

Através das narrativas, notamos que até aquela década era o lugar soberano das festas da elite, ou a *classe do lazer*¹², por isso é tão recorrente até os anos finais da década de 1950 esse espaço aparecerem como o cenário dos grandes eventos em Parnaíba e é constantemente lembrado pelos memorialistas, “os indivíduos identificam-se com os eventos públicos que são importantes para o seu grupo, e assim *se lembram* bastante bem do que não experimentaram diariamente” (BURKE, 2012, p. 173, grifo nosso).

Segundo a memorialista Maria Penha e Silva, o Cassino foi inaugurado em 24 de janeiro de 1925 e o nome deu-se em homenagem a Oeiras, antiga capital do Estado, quando essa aderiu ao movimento de independência feito em 24 de janeiro de 1823. Além de suas

¹² Utilizando da expressão observada pelo sociólogo norte-americano Thorstein Veblen, no final do século XIX, em que a expressão faz parte de uma teoria na qual “o comportamento econômico da elite, a “classe do lazer”, como ele a chamava, era irracional e perdulário, motivado apenas pela ‘emulação’” (apud BURKE, 2012, p. 107)

festas e bailes, realizavam-se todos os tipos de eventos sociais, como palestras, colação de grau, concertos de pianos e shows nacionais. (SILVA, 1987, p. 229).

Presente nos escritos de Araken, entre histórias de sua infância, atividades de férias, vizinhos, festas, viagens, os espaços da cidade em sua memória eram compostos pelo cinema, a praça e o cassino:

Um casarão de muitas janelas, com sacadas de ferro para a rua, situado no terreno onde hoje é o prédio da Telepisa. Dava gosto ir ao baile no cassino! O assoalho de tábua corrida brilhando, tudo muito bonito, muito limpo. A iluminação era feérica. Ainda não estava na moda a meia luz, nos clubes sociais. Isto era coisa de ambientes exclusivos: cabaré para ser mais exato. As mesas das janelas eram as mais disputadas, e seus ocupantes confraternizavam-se no corredor do baile, com a turma do “SERENO” (ARAKEN,1995,p.42)

O historiador Bernardo Pereira de Sá Filho escrevendo sobre a noite e a prostituição em Teresina nos anos de 1930 a 1970 comenta sobre os bailes da elite teresinense onde também descreve o *sereno* como o observador moral sobre os corpos e sobre as condutas comportamentais perante as festas:

Em frente aos clubes de elite, em dias de baile, havia o “sereno”, quase uma instituição, que consistia no hábito de muitas pessoas, ali, se reunirem com o intuito de espiar, jogar pilhérias e criticar os participantes do evento: como se vestiam, como dançavam, quem estava acompanhada de quem, quem fazia crochê... Em tom de gozação faziam comentários picantes, falavam palavrões, a tal ponto dos jornais publicarem notas reprovativas. Entretanto, diziam alguns que o “sereno”, às vezes, era mais animado que a própria festa. (SÁ FILHO, 2006, p. 37)

Segundo o autor, fazer *crochê* significava *ficar encalhada*, e que as moças consideradas bonitas não ficavam sem dançar (SÁ FILHO, 2006, p. 25). Logo se presume que *ficar de crochê* seria uma ação que identificaria quem era considerado *feio* e que não era uma situação bem-vista ou desejada, já que os bailes em meio a outras finalidades eram os locais de possibilidades para encontros e aproximações físicas e afetivas.

Imagem 2 - Cassino 24 de Janeiro.



FONTE: Grupo Parnaíba das Antigas/Facebook. Acesso: 25/04/2020.

Na imagem acima pessoas exibem a faixa com o nome do Cassino, onde ao fundo é possível ver a fachada do prédio, atualmente não existe mais¹³. O Cassino 24 de Janeiro era um espaço ambientado para festas, aparecendo constantemente nas narrativas sobre a cidade. Sua localização era estratégica, já que ficava situado no coração da cidade, o centro, na Avenida Presidente Vargas, antiga Rua Grande, que dá acesso ao Porto das Barcas - local de onde a cidade economicamente surgiu - atrás da Praça da Graça, da Igreja Catedral e de outros pontos importantes nos quais as relações sociais da cidade aconteciam¹⁴.

Os bailes no Cassino eram os grandes acontecimentos do lugar, reunia boa parcela das famílias consideradas mais importantes que moravam na região, mas também pelos curiosos que não chegavam a estar dentro do salão. O *sereno*, expressão que ficou eternizada nas palavras de Carlos Araken, era:

Era a plateia formada pelos ocupantes dos caixotes, tamboretas e congêneres que, eram acorrentados nas sacadas pelos moleques o dia todo, para não perder o lugar. Era composto por pessoas também da sociedade, que por um motivo ou por outro, não podiam participar diretamente da festa, e se acotovelavam e equilibravam num espaço exíguo, a fim de não perder um lance sequer do que se passava no salão. Diziam muito, que o próprio era mais divertido que o baile. (ARAKEN, 1995, p.42)

Essa plateia que se agitava na frente do cassino, não só tinha o privilégio de saber de todos os acontecimentos da festa como participava diretamente tomando “parte com vaias ou aplausos conforme o *espetáculo*” (ARAKEN, 1995, p. 42, grifo nosso). Tinha uma

¹³ No seu lugar foi erguido um prédio com fachada moderna e ocupou por muito tempo as instalações da antiga Telepisa.

¹⁴<http://www.jornaldaparnaiba.com/2013/12/o-cassino-24-de-janeiro.html>. Acesso: 02/05/2020.

composição mista, formado não só pelo povo, mas por pessoas da *sociedade*. Quem estava dentro de um baile, preocupava-se com o grupo do sereno. Semelhante as atuais câmeras de vigilância, ele possuía uma vista panorâmica e privilegiada do salão, era o responsável pelos boatos logo cedo após os bailes.

Analisar como esses bailes se desenvolviam diz respeito ao que se esperava sobre os comportamentos em tais lugares. Araken, em um pequeno trecho sobre os bailes, relata o tipo de conduta que se devia ter, principalmente das moças, pois dentro do salão eram vigiadas pela família e do lado de fora pela sociedade – *sereno*:

O rapaz nunca dançava com a mesma moça mais de um “pulado”. Se ficasse conversando no salão até a próxima contradança, implicaria em namoro ou coisa mais séria. As moças só entravam no clube acompanhadas de seus pais ou familiares. Moça sozinha, nunca! Não era de bom tom; alguma se a tal se aventurasse, estava na boca do povo. O sereno era uma espécie de freio e termômetro para muitos. (ARAKEN, 1995, p. 43)

Zelar pela boa conduta das moças cabia a todos, mesmo que não fosse da família. O imaginário da época reproduz um código de conduta que todas as mulheres de determinado grupo deveriam pôr em prática.

Por que um grupo que fica a margem de um grande evento social nos diz respeito para analisar a beleza feminina? Os olhos dos curiosos do *sereno* são olhos que dão continuidade a um projeto social de vida moldado na padronização de comportamentos morais, determinando cada personagem em seu papel definido.

Os bailes aconteciam como eventos de descontração, mas também para definir status, exibição e propagação de valores. Às grandes famílias reunidas, a oportunidade de apresentar e fazer arranjos dos filhos e filhas para futuros e bons casamentos. A escolha de uma *Miss* dentro de um conforto social que não a deixaria mal falada, apesar de toda a exibição, pois afinal o que estava acima da beleza era a manter a moral e os bons costumes.

Pode ser dito que o Cassino funcionava como um ímã, partindo do conceito de Rolnilk de que a cidade – bem como a sua composição - funciona como ímã devido “a construção do local cerimonial” que “corresponde a uma transformação na maneira de os homens ocuparem o espaço. [...] O templo era o ímã que reunia o grupo. Sua edificação consolidava a forma de aliança celebrada no cerimonial periódico ali realizado” (ROLNILK, 1995, p. 14).

Esse grupo reunido tratava-se de uma pequena parte da população parnaibana. Os grupos da classe alta da cidade eram compostos de grandes comerciantes, professores, advogados, médicos, entre outros. Apesar da cidade se constituir de vários grupos sociais,

muito do que foi escrito sobre ela é relativo a seus grupos dominantes. Isso está relacionado às fontes que chegam até nós sobre determinados assuntos, principalmente na voz de quem se destaca como o caso dos memorialistas:

Na cidade-escrita, habitar ganha uma dimensão completamente nova, uma vez que se fixa em uma memória que, ao contrário da lembrança, não se dissipa com a morte. Não são somente os textos que a cidade produz e contém (documentos, ordens, inventários) que fixam esta memória, a própria arquitetura urbana cumpre também este papel. (ROLNIK, 1995, p. 16)

A aparição constante da imagem do Cassino nos relatos antigos da cidade é de um lugar onde reunia parcela da população considerada superior aos demais e que participava dos melhores eventos. São constantes também os lamentos sobre o prédio ter sido substituído, mas que ainda ocupa as memórias de seus remanescentes. O Cassino marcou uma geração através de suas festividades seletivas, onde era envoltos por narrativas que se propagaram na história parnaibana:

O Cassino era procurado por todos, suas festas eram retumbantes sobretudo a festa natalina com farta distribuição de prêmios para os filhos dos sócios, a festa do réveillon; com a casa repleta de sócios e seus familiares; a festa de aniversário do Clube, e de modo especial muito concorridas as festas carnavalescas [...] E de repente, este Clube, de ricas tradições se acabou. Foi uma verdadeira “Delenda Cartago de Catão”. O Cassino 24 de Janeiro desapareceu: até o prédio foi demolido. No seu lugar ergueu-se majestoso e imponente o prédio da Telepisa... E os sócios?... e as ações? que fizeram??? (SILVA, 1987, p. 229)

Recorrente nas histórias e na memória de quem viveu esses *golden days*, como lembrou Araken, o Cassino marcou gerações e famílias, nas quais viviam em prol de suas noites brilhantes nos salões em grandes bailes organizados por eles e para eles. De todas as edificações de Parnaíba, o do *Cassino 24 de Janeiro* é o que mais os escritores e a população que o habitava lamentam seu total desaparecimento.

1.2 Mulheres em concursos de beleza

Os concursos de beleza nos anos de 1950 são herdeiros de toda uma trajetória de competições. A disputa da mulher mais bela girava em torno de tramas, complôs e mitos como acontece ainda hoje. Em Parnaíba, já se tinha o costume de competições para a escolha da mulher considerada mais bela, e entre elas as que são lembrados até os dias atuais, seja pelos memorialistas ou de quem viveu nessa época, seja pelos resquícios de fontes escritas e

fotográficas, são os concursos de *Miss Comerciária* e *Miss Caixeira*, as belezas do comércio de Parnaíba.

O concurso de *Miss Comerciária*, nas décadas de 1930 e 1940 até hoje são os que mais chamam atenção nas memórias sobre a cidade, segundo a historiadora Mary Angélica Tourinho (2015, p. 215), “duas mulheres vão ter seus nomes e imagens preservados, como rainhas do comércio em Parnaíba, por conta da permanência desses registros. Ester Furtado de Carvalho e Spés Fontenele de Carvalho. A primeira, no ano de 1935 e a segunda em 1943”. Os concursos de *Miss Comerciária* eram organizados em decorrência do auge econômico da cidade.

Imagem 3 - Esther Furtado, rainha dos comerciários 1935



Fonte: Arquivo do Instituto Histórico e Genealógico de Parnaíba.

O primeiro ocorreu em 1935 e eternizou a beleza de Esther Furtado de Carvalho, o segundo em 1943 e Spés Fontenele de Carvalho foi a ganhadora. Sobre Esther, o colunista social Rubem Freitas analisou em um capítulo do livro *Parnaíba tem Memória*, intitulando *Esther – A Rainha Linda*. A beleza de Esther é comparada ao conto bíblico da Rainha da Pérsia, Ester, a libertadora dos judeus no império de Xerxes, O Grande:

Temos, aqui em Parnaíba, um exemplo de beleza e de coração magnânimo, e que também foi Rainha: **D. Esther Mavignier**. Foi Rainha e ainda é: “Quem foi rei não perde a majestade”. Nascida Esther Furtado de Carvalho, filha de Eugênia (Genoca) e Amadeu Carvalho, Esther é uma das oito irmãs bonitas e prendadas. [...] Os estudos, no Colégio Nossa Senhora das Graças. Formou-se Guarda-Livros, o que é, hoje, Técnico em Contabilidade. De posse do diploma, trabalhou na Empresa Moraes, forte poderosa da época. No ano de 1935, foi eleita RAINHA DOS COMERCIÁRIOS e coroada em grande festa, [...] (FREITAS, 2007, p. 120).

Esther trará a glória dos concursos de beleza para Parnaíba. Até hoje sua imagem vestida após o concurso é sinônimo de uma Parnaíba áurea, onde o próprio memorialista nos indica a comparação da coroação. O título de *Rainha* não é à toa, o concurso dispunha de um ritual de coroação semelhante aos das realezas europeias:

O próprio ato de coroação da escolhida remete à formação dos Estados nacionais modernos, centrados na figura do rei. [...] O pronome Miss, que talvez se explique pela rejeição dos ianques à nobreza real inglesa, em detrimento da democracia participativa, foi aos poucos incorporado nos concursos de beleza, fora das Américas, em vez do título de rainha e princesa, sem, no entanto, negar a intenção simbólica da realeza, já que o ápice do concurso está exatamente na coroação da eleita, em ritual próximo à coroação dos reis europeus, com a coroa cravejada de pedras preciosas, cetro, manto e o trono. (SANTOS, 2011, p.71-72)

A próxima Rainha a se destacar é Spés Fontenele, símbolo da beleza da mulher parnaibana. É interessante notar que esses concursos estavam relacionados ao local de trabalho. Nas décadas de 1930 e 1940, a inserção da mulher no mundo do trabalho é notória em Parnaíba. As comerciárias não só se destacavam pelo seu trabalho, mas por sua beleza, cada uma como fruto do discurso e do dinamismo social de sua época:

Trabalhar em atividades comerciais formais era exigência para conquistar o título de rainha dos comércios. Spés trabalhou no comércio local e assim como Esther Furtado de Carvalho, casou-se abandonando o trabalho junto ao comércio. Carlos Araken faz uma alusão a ela ao elencar o que ele considerava à luz dos seus padrões estéticos – como ele próprio ressalta – uma mulher bonita, destacando-o entre outras: “As filhas de D. Evarinta, mulher de grande inteligência e personalidade forte, das quais a estrela maior era Spés.” (TOURINHO, 2015, p. 218)

É interessante observar como o casamento era um dos motivos que levava a entrega da coroa, do título e do emprego. O matrimônio era considerado o objetivo máximo a ser atingido pela mulher, onde ela deveria voltar sua atenção e dedicação para a vida familiar. Uma boa parte dos relatos de mulheres, principalmente as da elite, retrata sua trajetória profissional ou de concursos se encerrarem quando elas se casavam. Ainda que a década de 1950 estivesse vivendo sob a incorporação do conceito de modernidade, velhos costumes para ainda eram muito disseminados perante a sociedade.

A Rainha dos Comerciários 1943 é irmã da *Miss Parnaíba* e *Miss Piauí* 1957. A tradição de concorrer a concursos de beleza está na família de Chlórís. Podemos dizer que ela já cresceu em um ambiente que prezava por esses valores. A própria Spés e seu marido, além de Esther Furtado, também estavam na comitiva que acompanharam Chlórís a Teresina. Assim como as duas mulheres exemplos de beleza e todos os seus significados ocultos, Chlórís, similarmente, terá o mesmo destino delas.

No mesmo ano de 1957, outro evento também foi destaque exibindo a beleza feminina, o carnaval. Através da matéria veiculada no Jornal *Alvaja*, temos conhecimento sobre o concurso de beleza que elegeu Eladir Ramos de Oliveira para o título de Rainha do Carnaval, indicada pelo Cassino 24 de Janeiro.

O que foi o carnaval de 1957

Várias foram as festas dançantes realizadas, nesta cidade, durante o carnaval deste ano, cuja Rainha foi a Srta. Eladir Ramos de Oliveira, que teve como concorrentes as Srtas. Sueli Napolião Fonseca e Silva e Maria Alice Justo. A propósito, desejamos transcrever aqui, com grande prazer, o que publicou, em sua edição de 27 de fevereiro último, o Jornal “O Paladino”. Trata-se, como verá o leitor, de uma reportagem completa. Embora escrita no limiar do nosso carnaval, reflete-se perfeitamente o entusiasmo e a alegria que dominaram os meios sociais parnaibanos, pois relata como se verificou a gigantesca campanha que precedeu a eleição da formosa Eladir, candidata do cassino 24 de Janeiro, e querida filha do ilustre Dr. Oto Ramos de Oliveira. Convém notar que as distintas jovens Sueli e Maria Alice foram candidatas da A.A.B.B, e do Clube dos Comerciários, respectivamente. (ALVAJA, 28 de março de 1957, p. 3)

Anterior ao concurso de *Miss Parnaíba* no Cassino, a festa de carnaval era um evento esperado e disputado em suas competições que também elegia uma mulher símbolo de beleza, nesse caso, especificamente, de um grupo determinado. Nas palavras do historiador Josenias dos Santos Silva “o carnaval era outro espetáculo que possuía essa característica de protagonismo da elite” (SILVA, 2012, p. 39). As disputas de figurinos e melhores apresentações entre homens e mulheres, a prática do lança-perfume, as batalhas de confetes e

serpentinatas eram práticas incorporadas nas ruas, mas que no Cassino ficavam resguardadas apenas para a alta sociedade.

Observamos ao longo do texto que além do ato de votação entre os presentes, ocorreu também o ato de coroação para a ganhadora, recebendo, assim, o título de *Rainha* do Carnaval de 1957. A titulação não ficou apenas para a escolhida, mas as outras competidoras também foram nomeadas a um título real, *Princesas*.

COROAÇÃO

Precisamente às 22:15h do dia 23 (sábado último) também no Cassino, teve lugar a real coroação, sob calorosos aplausos. A solenidade, irradiada pela Rádio Educadora de Parnaíba, que teve como locutor o nosso valoroso confrade Nelson Chaves, se revestiu de invulgar relevância. Chegaram: primeiro às Princesas Sueli e Maria Alice, acompanhadas dos seus respectivos Cavaleiros de Honra, Srs Edgard Correia e Manoel Almeida, e ficaram aguardando a chegada da Rainha Eladir. Esta entrou também acompanhada do seu Cavaleiro de Honra, Dr. Marc Theophile Jacob. De imediato Sua Majestade, ladeada por Suas Altezas, foi ter ao trono, tomando assento no mesmo. Coube ao Sr. Francisco Florindo Pires de Castro, presidente do Cassino “24 de Janeiro” coroar a Rainha Eladir, a Sra. Raimunda Souza Correia, esposa do Sr. João Maria Basto Correia, coroou Sueli, Maria Alice foi coroada pela Madame Pires de Castro. Note-se que, tanto a chegada de Suas altezas, foram anunciadas por toque de clarins. O Dr. Marc Theophile Jacob, Cavaleiro de Honra da Rainha Eladir, procedeu a leitura do Ato n. I, de Sua Majestade, que proclamava Princesas as suas ex-concorrentes, Srtas. Sueli e Maria Alice, com as mesmas honras e direitos outorgados à Sua Majestade. (ALJAVA, 28 de março de 1957, p. 3)

A imagem da mulher associada à realeza será muito difundida nos concursos, principalmente para valorizar e afirmar um padrão ideal. Através do texto percebemos de qual lugar social esse ideal se reafirmava, os grupos da elite. As candidatas, acompanhadas dos pais, disputavam um ritual que valorizava suas belezas partindo de sua boa conduta moral. Além disso, identificamos no texto a condição do lugar social da mulher, quando quem discursa em agradecimento a vitória da competição é o pai da coroada ao título de Rainha, pois estava de acordo com os princípios morais da época o que é salientado ao final da matéria quando se fala da festa após o concurso, “nos suntuosos salões do Cassino “24 de janeiro” onde as danças se prolongaram, numa atmosfera de ordem, decência e franca cordialidade, até às 5 h da manhã” (ALJAVA, 28 de março de 1957, p. 3).

Existe certa preocupação nos jornais da época ao narrar um evento sobre concursos de beleza no qual uma mulher é a personagem central e está em posição de destaque. Sempre será associada à beleza feminina a sua família – que estará presente em todo o percurso de um concurso - e a presença de um homem, familiar ou amigo. A exaltação de uma boa conduta moral, onde a educação, formação e religiosidade estavam sempre em evidência.

Portanto, não apenas através da veiculação das notícias sobre os concursos, como também através das fotografias, percebemos que os eventos da beleza feminina atingiam todos os segmentos de eventos sociais. A presença de uma *Miss* ou Rainha em outros eventos, além das festas e de concursos, era muito comum nessa época. Política, futebol e jogos eram espaços comuns para ter a presença da beleza feminina, onde além de um símbolo de feminilidade, a representante de beleza ou outro título específico – rainha da primavera, carnaval – estava como modelo de um grupo, estado ou instituição.

Dessa forma, até mesmo nos jogos, que por muito tempo a partir de um pensamento patriarcal foram pensados como atividades destinadas ao público masculino, receberam a presença de misses e em particular da Miss Piauí. As crenças aliadas ao discurso médico da época associaram ao corpo feminino uma imagem de frágil e incapaz para as práticas esportivas, onde afetando a saúde feminina e masculinizando seus corpos as mulheres estariam renegando a sua própria feminilidade. Isso principalmente nos anos posteriores ao fim da Segunda Guerra, quando percebemos uma volta de valores antigos e tradicionais nos discursos veiculados as mulheres das elites (PINSKY, 2014).

Imagem 4- Chlórís e o time de basquete da Casa Inglesa.



Fonte: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

A popularidade de uma representante da beleza deveria se expandir a todas as camadas e eventos sociais. Para isso, em Parnaíba, foi *vendida* a imagem de Chlórís em uma nota de 1000 cruzeiros. Uma representação da moeda da época com a fotografia de Chlórís ao centro

– substituindo a imagem original de Pedro Álvares Cabral - distribuída durante o período de agitação do concurso. Semelhante a nota original, a de mil cruzeiros da Miss Piauí 1957 foi feita em Teresina e está autografada pela própria *Miss*, foi cedido para esta pesquisa pela filha de Murilo Ferreira, dono do Cine Teatro Éden e grande amigo de Chlória e todas as suas fotografias foram autografadas

Imagem 5 - Mil Cruzeiros Chlória.



FONTE: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

A distribuição da nota sem valor comercial foi feita à população como forma de divulgar a imagem da *Miss* para todos, levando a beleza feminina parnaibana eleita como beleza piauiense para os lares de todos da cidade, conferindo à nota um valor afetivo ainda mais importante que o comercial.

Sob uma cidade desigual, o concurso de *Miss Piauí 1957* foi o grande evento social de suas ruas e na região. Até o dia em que aconteceria o evento, a passagem do título à futura *Miss Piauí* também foi o grande acontecimento no Cassino, na rádio e nas páginas dos jornais de Parnaíba. O evento bastante comemorado e citado nesses meios também despertou o interesse da crítica acerca da postura das mulheres em exibição para concorrer ao título. Perceberemos, no capítulo a seguir, que apesar de um discurso de apoio e torcida de uma boa parcela da população – um grupo da elite comercial e letrada - para a competição do *Miss Piauí* e do *Miss Brasil*, a cidade estava dividida em meio a costumes e morais diferentes.

CAPÍTULO 2 – MISS VERSUS SENHORINHA: Corpo e Comportamento para as Mulheres em Parnaíba – PI e no Brasil

As qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. O mito da beleza de fato sempre determina o comportamento, não a aparência.

(Naomi Woolf)

Visualizamos um cenário sobre a beleza a partir do discurso do concurso de 1957 para Parnaíba, que estava intimamente ligada a onda externa do significado de ser belo. Um discurso não visível sobre a estética feminina estava em sua corporeidade através da fala e da cobrança em quem se deveria ser:

“Discurso”, assim como “mentalidade”, é um termo impreciso. A imprecisão pode ser parte do charme, em ambos os casos (como no de cultura), mas também leva a problemas quando se tenta trabalhar o conceito. Onde e quando, por exemplo, acaba um discurso e começa outro? Vale a pena distinguir os discursos de acordo com os grupos sociais (governantes e governados, clero e laico, doutores e advogados) ou segundo tempo e os lugares? (BURKE, 2012, p. 154)

Vale a pena distinguir os discursos realizados por homens – em sua maioria – para mulheres da classe média nos anos de 1950, no Brasil, e especialmente na cidade de Parnaíba? O historiador Peter Burke nos faz pensar sobre o cuidado que devemos ter ao analisar um discurso. Enquanto texto, ele possui uma característica própria, que foi produzido com uma finalidade para ser interpretado dentro de um sistema que por si só, já possui seu viés ideológico. O discurso produzido pelo memorialista Freitas não parte apenas dele, mas também de seu contexto social. Ao ser analisado nesta pesquisa, ele já se detém de outros significados, tendo em vista que parte de outra interpretação e outro contexto social.

Entendendo que o discurso do autor não pode ser tido como verdade absoluta sobre o ocorrido, mas apenas uma janela para se olhar, e dentro de sua própria fala existe um mundo de significados de outras experiências que foram influenciadas por vários fatores, esse texto nos proporciona ler através das entrelinhas das memórias de Freitas e assim analisamos discursos que estão além da sua própria experiência.

Através da análise de discurso conseguimos compreender esses significados, segundo Burke (2012, p. 153, grifo nosso) “os linguistas já falavam de *análise do discurso* na década de 1950, para se referirem ao estudo de unidades maiores do que a sentença quer fossem fragmentos de conversa, quer parágrafos de um livro”.

Orlandi (ORLANDI, 2015, p.13) refere-se à análise de discurso como método para tratar do próprio discurso que se dá além do texto, “o discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”.

Podemos perceber que para a autora esse método nos permite ver além do *dito*. O produto do homem/autor não é somente o que foi finalizado com um propósito, no percurso dessa escrita existem vários outros discursos que perpassa esse sujeito e que o influencia a dar significado a esse conteúdo. A sua exterioridade produz sentido.

Esse método de pesquisa também ajuda a pensar na própria interpretação das fontes. Quando pensamos no objeto temos a ideia de um conhecimento pronto e acabado que servirá para dar um sentido a um momento ocorrido – nesse caso no passado – que é indagado pelo pesquisador em seu tempo.

É através da Análise do Discurso que compreendemos o texto a partir de uma temporalidade no seu momento de produção. Tal marca temporal não é somente a do autor, mas também de todo o contexto na qual foi produzido, o que nos proporciona um leque de possibilidades de interpretações: “os textos, para nós, não são documentos que ilustram ideias pré-concebidas, mas monumentos nos quais se inscrevem as múltiplas possibilidades de leituras” (ORLANDI, 2015, p. 62). Logo, tratamos sobre discursos, pois entendemos que a estética feminina é antes do discurso, um tipo de ideologia. Se você não nascer bela, você deve se tornar bela ou conviver com o peso de não ser aceitável. Falamos em beleza, mas não falamos de feiura.

Para o *Olimpo*¹⁵ do mundo contemporâneo esses discursos estéticos definiram a atual preocupação com o corpo ou a cultura do culto ao corpo, criando novos deuses e deusas em seus espaços sagrados da estética:

[...] podemos considerar que o corpo talvez seja tão socializado quanto o pensamento, a consciência e os conceitos. Ao nos aplaudir e nos reprimir, ao nos bombardear com imagens de sucesso e beleza, estilos de vida e valores, a sociedade também nos condiciona a desejar “a”, “b” ou “c” e a não desejar “d”, “e” e “f”. (MORENO, 2008, p. 36)

A beleza nos *anos dourados*, além da corporal, era a moral, a conduta, a fala, os gestos, a inteligência – ou a dose certa de ser inteligência¹⁶. Essa cobrança da beleza *dourada*

¹⁵ Para a mitologia grega onde habitavam as divindades, o monte Olimpo seria a morada sagrada dos deuses e fazemos a analogia sobre os lugares contemporâneos que cultuam a beleza como algo sagrado.

¹⁶ Um perfil recorrente divulgado nas revistas femininas da época era a da mulher culta, mas que não ameaçava o poder masculino. Essa não deveria mostrar mais inteligência que o marido ou futuro marido, pois deveria se

para o público feminino estava em moldar uma personagem mitificada para um corpo social patriarcal. Dessa maneira, olhamos para os anos nos quais se desejava justificar um lugar social para as mulheres que estavam ocupando lugares e posições de privilégios sociais, onde antes eram essencialmente masculinos.

Apesar da felicidade exibida nas fotografias, o glamour dos eventos e até mesmo o incentivo da família ou de grupos sociais, o concurso de beleza é um rito violento. De mulheres que são avaliadas – na maioria das vezes por um júri formado quase totalmente por homens – para medir, julgar e criticar suas belezas, seus corpos, sua postura, fala, movimentos, qualificações pessoais e interação com o outro. Os concursos de beleza viraram uma permissão social de escolher, enquadrar e vender um modelo estético para o público feminino: seja bela ou morra tentando. Assim como em um cerco, as mulheres estão presas ao redor do mito de uma beleza superior almejada – por ela e pelos outros, mas nunca alcançada.

Mulheres são diversas nas suas belezas, nos seus corpos, identidades, sentimentos e ações. E analisando uma mulher referência para outras mulheres de sua época ou lugar – como Martha Rocha nacionalmente e Chlórís Fontenele em âmbito local - percebemos que a escolha envolve certos discursos e sentimentos que são internalizados e que ganham forma fazendo crer numa homogeneidade não existente. Os corpos são enquadrados a um molde que não existe na prática, mas que na teoria seria acessível a todas as mulheres.

Analisando a partir das fotografias, narrativas de medidas e vestuário dessas misses, observamos que apesar de tamanhos diferentes dos corpos femininos atuais, o olhar minucioso e a necessidade em medir o manequim feminino se fazem presentes na história das mulheres. A diferença que podemos apontar entre os anos de 1950 e os atuais é que nos anos dourados a beleza feminina se pautava na construção de uma mulher familiar, ou, pelo menos, era o que se esperava na época.

O discurso de beleza na sociedade brasileira dos anos de 1950 é herdeiro da sociedade norte-americana. De acordo com Santos (2011, p. 68) “os Estados Unidos, segundo Geraldo Nobre, havia sido o único país a manter regularmente os concursos, como meio de atenuar a gravidade da conjuntura política mundial e não desestimular o consumo”. De uma forma adaptada, relevando costumes mais tradicionais percebemos que o discurso de progresso e desenvolvimento americano se insere no Brasil e influencia locais que lutavam para serem modernos. O corpo e a beleza no Brasil são influenciados desse discurso principalmente nos concursos de beleza.

colocar em seu lugar: submissa, ingênua, doce e que valorizava acima de tudo o lar e o casamento. Ver: PINSKY, Carla Bassanezi. *Mulheres nos anos dourados*. São Paulo: Contexto, 2014.

Analisamos os discursos a partir da fonte que se dispõe sobre o tema pesquisado, neste capítulo, os discursos analisados foram produzidos durante o decorrer dos eventos no século passado.

Através das matérias do Almanaque da Parnaíba na edição de 1958, é possível perceber qual o tipo de receptividade do concurso de beleza em que Chloris foi eleita e como foi recebido em alguns meios sociais. Além disso, discutimos de onde vem a influência na produção desses discursos no Brasil e em Parnaíba, onde o corpo seria o objeto central.

2.1 Beleza de Miss em concurso é inimigo da moral

O *Almanaque da Parnaíba* era um veículo de informação anual, que desde 1924 circulava entre os parnaibanos contendo os mais variados assuntos. Fundado por Benedito dos Santos Lima:

O almanaque constitui um repositório de informações úteis, passatempos, curiosidades e distrações, sendo, portanto, um livro de necessidade em toda casa. Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um ano. Notava-se a ausência, nesta cidade, de uma dessas publicações anuais de tanto interesse e de incontestável utilidade (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1924, p. 1. In: CIARLINI, 2015, p.59).

A partir da década de 1950, o *Almanaque da Parnaíba* tem como diretor proprietário Ranulpho Torres Raposo. Com filiais na capital Teresina no Piauí e em Fortaleza no Ceará, o *Almanaque* reunia matérias sobre Parnaíba e região, descrevendo eventos, citando pessoas, narrando acontecimentos, falando de política, religião, lazer e outros, assim como é descrito na trigésima quinta edição no ano de 1958, “calendário, informações, Literatura, Poesia, Charadismo, Estatística, etc”.

Anúncios em periódicos da época, e especialmente no Almanaque da Parnaíba, ajudam a ilustrar o perfil de sociedade que se desenhava naquele quinquênio, cujos aparelhos civilizatórios não apenas se instalavam pari passu a um desenvolvimento econômico, mas se firmavam como realidades que se manteriam por todo o restante do século XX, constituindo monopólios de famílias de grande importância econômica em todo o Estado, representantes e agentes exclusivos que eram marcas de prestígio no contexto parnaibano da época. (CIARLINI, 2015, p.46)

A edição de 1958 traz um compilado sobre os acontecimentos do ano de 1957. Destacamos duas matérias, que ao falar do mesmo tema, se contradizem quanto a sua ideologia e são referentes à beleza feminina e a *Miss Chlórís*.

A primeira matéria é a nota de homenagem da redação do *Almanaque da Parnaíba* sobre o concurso de Miss Piauí 1957. O texto traz uma breve descrição de Chlórís em relação a seus gostos pessoais fora do concurso, uma maneira do leitor se identificar e perceber a mulher considerada mais bela do Piauí como alguém semelhante a ele. Ao mesmo tempo em que descreve as preferências da *Miss*, destaca a sua beleza através da virtude e de um contexto moral impecável. Cita os pais, pois é através da família que se avalia o merecimento de tal título, além de pessoas conhecidas entre o ciclo social de leitores do *Almanaque* que possivelmente estiveram envolvidos na trajetória do concurso. A fotografia de Chlórís é a única imagem de uma mulher presente no almanaque desse ano.

Imagem 6 - Miss Piauí 1957 – Almanaque da Parnaíba, 1958.



FONTE: Mundos do Trabalho, disponível em:

http://www.mundosdotrabalho.com.br/palmanagues-da-parnaiba_2.html. Acessado 01/11/2020.

A beleza, claro, tem o seu caráter decisivo para a competição, mas no imaginário social da época uma mulher bela era uma mulher *tradicional*: branca e de família. A representante piauiense deveria condizer com o que se julgava certo a uma mulher respeitável. Além de bela e oriunda de uma boa família, suas preferências quanto à arte, cultura e formação escolar também são destacadas e valorizadas. Sobre a importância da figura da *Miss*,

Para a época, a *Miss* era representante não só da beleza, mas também da sobriedade, da elegância e da pureza. Dela se esperavam o refinamento dos gestos, da fala, a doçura do olhar e do sorriso, assim como a brandura e a espiritualidade. A sofisticação sem afetação, o espírito solidário sem ufanismo ou partidarismo e a elegância na simplicidade faziam-na uma mulher de comportamento moral apurado. Como a *Miss* não era exatamente uma modelo ou manequim, uma vez que o título não lhe estabelecia uma profissão, seu papel era de representante do Estado ou País, em período específico. Assim como de chefe de Estado ou de emissário político, esperava-se conduta ética irreprochável até o fim do mandato, sob pena inclusive de perda do título, comprovando qualquer deslize. (SANTOS, 2011, p.72)

O texto do *Almanaque da Parnaíba* destaca a formação escolar da *Miss*, que se formou em um curso técnico na União Caixeiral. Em conversa com familiares, sabe-se que logo após o concurso ela casou-se com um médico e foi embora para a cidade de Recife-PE. Esse comportamento era muito presente naquele momento, pois o que se esperava era que a mulher não precisaria trabalhar fora do lar e algumas misses, após o concurso, entregavam a coroa para ter o tão sonhado casamento.

O trabalho e os estudos eram vistos em segundo plano para muitas mulheres de classe média e da elite para quais já se presumia um *trabalho* predestinado: ser dona de casa. A mulher culta era motivo de preocupação, principalmente entre as revistas, pois segundo uma matéria do *Jornal das Moças*:

Muito já se escreveu e falou sobre este importante problema, que é o da mulher de nossos dias penetrar no campo de conhecimentos humanos, até então somente reservado para homens [...]. As palavras taxativas que desejavam provar que a mulher perde em atrativos e delicadeza na mesma proporção que adquire conhecimentos profundos não têm razão de ser [...]. Em geral, o certo é que as mulheres continuam a ser tão femininas como eram antes de passar para qualquer universidade, porque sabem que, conservando seus atrativos naturais, não perderão a sua batalha na conquista do amor e da felicidade [...]. (TORRES, apud PINSKY, 2014, p. 191)

A mulher não deveria mostrar ser mais inteligente que o homem para não *assustá-lo*, deveria saber conter o seu conhecimento fazendo o pretendente ou marido não se sentir menos inteligente e a figura da mulher inteligente dizia respeito também aos julgamentos da beleza. Ser inteligente estava mais associado a feiura do que a beleza. “Beleza e inteligência são características incompatíveis nas mulheres, sendo que os homens dão preferência à primeira.” (PINSKY, 2014, p.31). A resistência em permitir à mulher ocupar esses espaços, seja do conhecimento ou do trabalho remunerado, estava em não quebrar a tradicional relação entre homens e mulheres. Colocando-as em uma relação de dependência.

O trabalho e os estudos seriam espaços do domínio masculino, onde a feminilidade seria enfraquecida e motivo de questionamento. “E o que é *o verdadeiro espírito feminino?* Nas entrelinhas estão: ser submissa, ingênua, doce ou saber representar bem possuir tais qualidades [...]” (PINSKY, 2014, p.193, grifo nosso). Assim como na descrição dos atributos sociais da Miss Piauí, Chloris não foge à regra do tipo de mulher que se esperava que ela fosse. Ser uma *Miss* era servir de modelo para outras mulheres.

Betty Friedan (2020, p. 16) aponta que “nos quinze anos após a Segunda Guerra Mundial, a mística da realização feminina tornou-se o cerne estimado e vicioso da cultura estadunidense contemporânea”, e o Brasil importa esse comportamento e vende como objeto de desejo para as mulheres. Esse pensamento nos ajuda a perceber como esses discursos veiculados sobre a beleza da mulher em concursos era um esforço de justificar a moral que se desejava para elas.

Mesmo concorrendo a um concurso, não existiria mais o que explorar nessa *carreira*. O concurso era uma espécie de *hobby*, e mais do que isso, era um pedestal de afirmação de um padrão a ser seguido. Poucas mulheres que passaram por um concurso, seguiram suas vidas sem estar presas a uma mística feminina, na qual “[...] diz que a coisa mais valiosa para as mulheres, e a única com a qual devem estar comprometidas, é a realização de sua própria feminilidade” (FRIEDAN, 2020, p. 46).

Segundo os redatores do *Almanaque da Parnaíba*, a beleza faz parte da alma da mulher e já nascia com ela. Não somente a física, mas a beleza culta. Culturalmente as mulheres deveriam dispor de uma inteligência que as fizessem poder interagir em seu meio social, mas não para depender dessa inteligência com o estudo e o trabalho.

A descrição dos gostos artísticos diz muito sobre o que as mulheres deveriam ser. A arte estaria ligada ao universo feminino, seria o lugar em que as mulheres poderiam se aprofundar sem correr riscos. Para os redatores o concurso de beleza era uma espécie de arte.

No entanto, nem todos pensavam assim. Nas páginas seguintes, uma matéria chama atenção pelo título “*Miss e Senhorinha*”. No mesmo caderno em que foi publicada uma nota sobre a ganhadora do concurso de Miss Piauí 1957, existe um texto, que ao contrário dos ânimos da época sobre os concursos, expressa total aversão ao evento. Quem assina a matéria no *Almanaque da Parnaíba* é o seminarista Defrísio Rocha Evangelista no qual o autor alerta sobre a aceitação do artigo, pois segundo ele existiu uma relutância em escrevê-lo, embora acreditasse ser necessário emitir essa narrativa como um alerta a preservação de uma boa conduta.

Na verdade, a matéria trata-se de uma transcrição de um texto assinado por Severino de Vasconcellos, presente na revista ilustrada *Brasil social: revista quinzenal ilustrada*, publicada no Rio de Janeiro no ano de 1929¹⁷. Poucas partes do texto foram modificadas na transcrição para o *Almanaque da Parnaíba*, algumas frases foram apenas contextualizadas para um melhor entendimento do leitor da década de 1950. Assim sendo, qual a finalidade em copiar um texto publicado há 27 anos sobre a imagem das mulheres nos concursos de beleza? O retorno de discursos tradicionais.

MISS E SENHORINHA

Defrísio Rocha Evangelista

Estas linhas desagradarão muita gente. Hesitei em escrevê-las. Por fim relsvi-me, pois minha responsabilidade de jovem seminarista e por conseguinte Apóstolo do Bem o dia de amanhã as exige. Aí vão elas.

E a beleza um dos maiores atrativos da mulher – obra prima da criação. Deu-lha o Creador para que possa atrair aquele que lhe será companheiro e arrimo na jornada da vida. Mas por sobre a beleza deve pairar o pudor, outra joia da mulher. O trajar descurado indica um coração relaxado, enquanto o asseio e a ordem são indícios de caráter bem formado [...] (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1958, 35º ed., p. 73)

Como já discutimos no capítulo anterior, a beleza feminina era considerada algo divino: obra do Criador. Assim, justificada por um cunho religioso, essa *graça divina* é uma espécie de dom e milagre, como natural a beleza seria a essência divina na mulher, é o feminino da criação. Podemos visualizar esses discursos, que não são atuais, através das obras de arte: a mulher com a imagem angelical, ligada à fertilidade e a terra. Porém algo ainda

17

superior que sua beleza, seria a manutenção de um personagem belo.¹⁸ Para o autor do texto, seja o Evangelista ou o autor original, seria através do pudor.

Primeiramente a beleza dada por Deus à mulher seria para atrair o homem, assim atingindo o seu objetivo de vida. O pudor garantiria a vitória, pois é através dele que a mulher atingiria seus objetivos naturais e divinos. Mas não somente o pudor seria garantia para essa jornada, aliado os cuidados da beleza a mulher exibiria o seu esforço ao manter um determinado comportamento: *o trajar descurado indica um coração relaxado, enquanto o asseio e a ordem são indícios de caráter bem formado*. Ao lermos, percebemos que a preocupação se coloca na aparência das mulheres:

A beleza física é um dos maiores atrativos, não, porém, o único, porque acima de tudo está a virtude, a beleza da alma, do caráter, beleza moral. Não há negar que ela possui qualidades de coração e de espírito que no homem faltam ou são menos desenvolvidas. Meiguice, paciência, dedicação, espírito de sacrifício são atributos que fazem da mulher uma rainha e uma heroína. Porém, o encanto de uma mulher, digamos mais determinante, de uma moça está no desconhecimento do mal, na inocência da vida, na pureza do coração, na simplicidade. (EVANGELISTA apud *ALMANAQUE DA PARNAÍBA*, 1958, p. 73)

A beleza não só associada ao corpo físico, mas a beleza da boa conduta era um atributo que tornaria a mulher mais feminina. Para uma sociedade que vendia e cultuava esses padrões, a fim de colocar as mulheres em determinados lugares, a narrativa do autor não parte apenas dele, mas de todo um meio social vivenciado por ele, no qual desejava o retorno dos discursos moralistas.

Os adjetivos da beleza são constituídos para o universo feminino, ou seja, eles se explicam e não existiriam nos homens ou existiriam em menor proporção. De rainha a heroína, os arquétipos construídos para as mulheres ao longo da história são maneiras de reafirmar seu papel considerado divino:

O mundo arquetípico, enquanto potência, enquanto possui um poder muito além do que a capacidade humana pode suportar: (...) a potência precisa virar imagem e essa imagem arquetípica necessita da experiência de humanização, através do indivíduo,

¹⁸ Analisando a História da Beleza através da arte, Umberto Eco cita as passagens de concepções do ideal de beleza, principalmente o feminino, nas pinturas, textos e poemas. Uma em especial é a transformação da imagem da mulher em ser angelical. Como exemplo temos o poeta Dante e a exaltação da beleza da mulher angelical, que longe de ser um objeto de desejo, seria o meio de elevação a Deus, um caminho para a espiritualidade mais elevada. O amor e a paixão através da beleza espiritualizada da amada Beatriz é onde o poeta tem a contemplação suprema de Deus. (ECO, 2014, p. 171-174). Assim a beleza seria um meio de contemplação em que o homem se aproximaria de Deus através da imagem da mulher, todavia não apenas no plano metafísico, mas no próprio espaço.

o qual, contendo as tensões geradas neste confronto, permite a personificação do inconsciente, abrindo as portas para a fantasia humana. (WERRES apud KONICHI, 2016, p.28)

Culturalmente esses discursos envolviam as mulheres, a fim de não permitir-lhes explorar as suas identidades desconectadas do marido e dos filhos é o reino doméstico que deve ser explorado. O lar se torna uma espécie de *castelo* para essa rainha, e sem o seu domínio não resistiria aos *ataques* externos:

Essa imagem – criada pelas revistas femininas, pelos anúncios, pela televisão, pelos filmes, pelos romances, pelas colunas e pelos livros escritos por especialistas sobre casamento e família, psicologia infantil, adequação sexual e pelos popularizadores da sociologia e da psicanálise – molda a vida das mulheres de hoje e espelha seus sonhos. (FRIEDAN, 2020, p. 36)

Como mostramos no capítulo anterior, novamente é atribuída à mulher essa mitificação em compará-la a realeza. Assim como nos concursos para ser coroada – ter um título ou um lar – as mulheres precisariam, primeiramente, estar dentro da imagem divinizada, que seria concretizada através de suas belezas; em segundo lugar, mesmo no concurso, precisariam dispor de uma conduta social e familiar impecável; e em terceiro lugar, almejar – mais que o título de *miss* – um casamento feliz. A *rainha do lar* nascia quando seguia todo um manual escrito anteriormente.

No texto *Miss e Senhorinha*, fica explícito que o autor não concordava com o fato de uma futura *rainha do lar* está sendo exposta em um concurso, pois para ele o título de rainha condizia mais com o fato da mulher já nascer para aquele cargo, que implicaria todos os outros adjetivos: ser bela, educada, inteligente, comportada, do que se deixar ser avaliada pelos homens.

Vindo de comunidade católica, que não via com bons olhos os concursos, Evangelista se apropriou de um texto antigo, mas eficaz em sua mensagem. Possivelmente ele foi influenciado pelas publicações das cidades e estado vizinhos, já que de acordo com Santos, os órgãos da imprensa nem sempre apoiavam as competições (SANTOS, 2011, p.78). O próprio fato de reeditar o texto o assinando revela muito sobre as suas aspirações enquanto homem e religioso. Lembrando que a beleza seria divina e para ele somente o *Criador* teria o poder de dá-la ou julgá-la:

E é por isso profundamente lamentável o modo pagão de ostentar em público de modo estonteante e clamoroso a formosura das nossas irmãs, no que elas têm de mais íntimo. O Lar é seu reino. Ali elas, princesas que são, devem reinar nos corações dos pais e irmãozinhos, sendo a alegria e consolação daqueles e incitamento à pureza e inocência para estes. (*ALMANAQUE DA PARNAÍBA*, 1958, p. 73)

A beleza feminina não poderia ser sensual. Ao contrário do texto *Miss e Senhorinha*, as *pin-ups*, imagens arquetípicas desse contexto, estavam longe desse perfil de pureza e inocência, apesar das imagens nos remeterem em um primeiro momento sobre uma possível inocência das *garotas*.

Reprovada por uns e sucesso entre outros esses modelos divergentes aparecerão durante os anos dourados em contraste com a imagem da rainha do lar, ou seja, mulheres sorridentes, em um vestido impecável, avental bem alvo amarrado na cintura, cabelos bem penteados, sapatos altos segurando o aparelho doméstico anunciado em um jornal, símbolo de modernidade, se contrapunham ao símbolo da mulher tradicional. Dessa forma, em uma sociedade que idealizava quem elas deveriam ser, agir, vestir, as *pin-ups* destoavam desses discursos.

A partir da década de 1950, a beleza da juventude, representada pelo *sex appeal* da *pin-ups*, tornou-se um imperativo estético e novo sonho de consumo. O corpo feminino muda, as cinturas se afinam e os quadris se arredondam, em contraste com a silhueta masculinizada dos *tailleurs* sóbrios do período da guerra. (PENNA, 2012, p. 70)

Esses novos modelos modernizados, apesar de sua tímida exibição, ainda sofreram certa resistência em se disseminarem na sociedade brasileira. A opinião do texto assinado por Evangelista em ser contrário aos concursos diz muito sobre a sociedade conservadora que existia naquele momento. Mesmo com os holofotes que os concursos de *Miss* trouxeram para o Brasil, esse glamour de beleza não era bem visto para as personagens principais desses concursos. De certa forma, os concursos permitiram as mulheres circular em outros meios sociais que não fosse o tão sonhado e destinado lar:

Tostam o frescor de sua candura, o hálito quente e os olhares lúbricos dos «concursos», que fazem estiolar o encanto de sua virtude e a fascinação do seu coração imaculado. Cognominaram os americanos do norte «Feira» a tais concursos de beleza. Acertam, porque mercadeja-se neles a formosura de pobres criaturas que perderam a noção e uso da prudência. (*ALMANAQUE DA PARNAÍBA*, p. 73)

Segundo o texto publicado no *Almanaque da Parnaíba*, as mulheres que competiam não tinham noção de como estavam sendo expostas e na busca por ganhar os concursos de beleza exibiam um tipo de comportamento que poderia ser considerado promíscuo. Como uma mercadoria, as mulheres eram vendidas nos concursos e isso era visto como algo inaceitável, já que algo agraciado por Deus não deveria se mercantilizar. No texto é explícito que isso era uma tradição norte-americana e as brasileiras não deveriam se permitir adentrar:

Que estas «feiras» fiquem com eles; não podem condizer com os lares brasileiros, ilibados e sem mancha. Alerta, Brasil! Não te deixes enganar com uma civilização em que há família aparentemente, mas que é só um contrato de dias, de meses ou quando muito, de alguns anos. «Miss» é o nome genuinamente estrangeiro com que apelidam tais candidatas, e não o nacional «Senhorita, Senhorinha». (*ALMANAQUE DA PARNAÍBA*, p. 73)

As *feiras* as quais o autor se refere poderiam ser lidas no sentido de baderna ou venda de produtos. Para ele os concursos não são vistos como sérios e sim como desmoralizantes. Seu alerta é que o Brasil não incorporasse aos costumes do estrangeiro, que preservasse a sua tradição familiar e que não se entregasse até mesmo ao uso da grafia *Miss*¹⁹, na qual deveria ser substituída por *senhorita* e *senhorinha*, tipicamente nacional. Ele ainda compara a medição dos concursos à medição feita em animais e faz uma provocação ao fim do artigo, falando diretamente as mulheres.

Que gesto nobre e altivo o das que se negam a tais exames humilhantes! Isto é um negócio rendoso para o balcão de certa imprensa. Sabem os caros leitores que se medem quadris de animais em Zootecnia, mas nossas irmãs, que têm vergonha, não se devem assemelhar aos brutos. (*ALMANAQUE DA PARNAÍBA*, p. 73)

A narrativa não está longe do pensamento da época. Esse temor colocado no texto não é apenas o medo das mulheres perderem suas *virtudes* em competição, mas sim a livre aceitação de novos modelos, onde elas teriam mais liberdade sobre seus corpos, que foi proporcionado pela moda, como destaca Penna:

¹⁹ Miss em inglês é o pronome a ser usado para jovens mulheres solteiras; senhorita, em português. Portanto, nos concursos, apenas moças entre 18 e 28 podiam participar, desde que comprovadamente brasileiras natas (no caso dos concursos no Brasil), solteiras, com a autorização dos pais, se menores de 21 anos, além de que deveriam ter “boa reputação moral.” (SANTOS, 2011, p. 72)

Juntamente com o incentivo aos esportes, a moda norte-americana espalha sua influência. No lugar dos tradicionais vestidos amplos e acinturados da silhueta criada pelo “New Look” de Cristian Dior estraram os shorts, os óculos “gatinho”, o *blue jeans* e as cigarretes. A moda e os costumes jovens dos Estados Unidos obviamente não eram bem-vistos pela porção mais conservadora da sociedade brasileira, que mantinha como padrão de vestimenta os tradicionais vestidos da moda francesa. (PENNA, 2012, p. 70)

Assim como veremos a seguir, a influência norte-americana foi fundamental para todos esses padrões vistos durante a década de 1950, seja no discurso da mulher para o lar ou nos concursos de beleza.

Houve a não aceitação desses padrões por parte da sociedade mais conservadora, “alguns conservadores chegavam a criticar o cinema americano por trazer para o Brasil más influências, mostrando como normais hábitos condenáveis, tais como mocinhas ousadas e cheias de iniciativa que não respeitavam os mais velhos [...]” (PINSKY 2009, p.610).

A rainha do lar é um modelo que surge na sociedade estadunidense para guiar novamente as mulheres ao lar, após a Segunda Guerra Mundial (FRIEDAN, 2019). Isto é, uma mulher que deveria crer em sua função social em torno do lar e que repudiasse qualquer chance de ter uma carreira profissional que não fosse esposa - dona de casa – mãe e consumidora.

Da *Miss 1957* a *Senhorinha*, encontramos essa fonte que se situa com dois discursos diferentes sobre o mesmo acontecimento. Qual o objetivo do *Almanaque da Parnaíba* em trazer um discurso contrário ao evento que no ano anterior ganhou destaque entre os parnaibanos?

Em meio à efervescência social que os concursos causavam em todo o Brasil, observamos que para os parnaibanos esse sentimento foi ainda maior por sua representante ter ganhado o estadual, concorrendo ao nacional, onde poderia obter o título e ir a *Miss Universo*, assim como Martha Rocha. Porém como o próprio *Almanaque* traz a matéria apropriada por Evangelista de uma revista de décadas anteriores, provavelmente essa efervescência social não partia de todos os parnaibanos, principalmente os mais religiosos, assim como o escritor que era seminarista. Isso nos possibilita visualizar um cenário que não tinha como unânime o discurso da beleza voltado para os concursos e que, pelo contrário, os repudiavam.

2.2 A nova onda modernizadora: a influência da “boa vizinhança” estadunidense no Brasil

Do discurso de Freitas à matéria *Miss e Senhorinha*, podemos observar como a própria fala dos autores é derivada do contexto em que viviam. Nenhum discurso nasce fora de

contexto, eles são desenvolvidos de acordo com as ações em que tal evento ou pessoa se insere, dessa forma, podemos notar a diferença de discurso entre as duas narrativas analisadas. Entre o colunista que escrevia e enaltecia a participação de mulheres em concursos de beleza e o seminarista que se apropriou de um texto sobre os perigos da exposição de mulheres em concursos, percebemos que dentro de um mesmo contexto social as pessoas pensavam e encaravam os eventos de formas diferentes. Há certa dificuldade em alegar que a efervescência social sobre determinado evento era unânime.

Sobre a influência norte-americana no Brasil, podemos perceber em diversos meios: no cinema, na música, na moda, nos costumes e nos discursos, durante os anos dourados, a onda modernizante da América do Norte invadiu não só os lares brasileiros, mas algumas formas de agir no meio social. Mulheres e homens recebiam novos ares que não mais condiziam com os costumes antigos. Na verdade, o próprio Estados Unidos passava pelo mesmo processo modernizador com o fim da Segunda Guerra Mundial.

Os Estados Unidos vivem uma situação de prosperidade material que possibilita a afirmação e a difusão do *american way of life*, que, somadas às alianças impostas pela Guerra Fria, ampliam a área de influência cultural norte-americana em várias partes do mundo, incluindo o Brasil. (PINSKY, 2014, p.149)

O futuro, a modernização e as novidades que estavam lançadas sobre o mundo ocidental abalaram vários conceitos tradicionais dentro da sociedade, mas o que é divergente nesse processo modernizador é o papel que a mulher irá ocupar nessa *nova* sociedade. Modernidade não significará liberdade e nesse processo os discursos sobre as mulheres as colocavam em um lugar que mais as aprisiona do que liberta. Apesar de alguns modelos divergirem dessa regra – *pin-ups*, artistas de cinema, cantoras - mas até mesmo para elas, o peso de ser moderna aliado ao padrão comportamental terá um caráter mais opressor. Como uma linha tênue, a modernidade traz também riscos e as mulheres deveriam seguir determinados cuidados para não se perder no discurso de ser moderna demais:

Nos anos de 1950, quando se torna de fato um bem de consumo no Brasil, o cinema, ao mesmo tempo que contribui com novos padrões de comportamento e traz novas musas de indiscutível sensualidade (Marilyn Monroe, Jane Mansfield, Gina Lollobrigida e Sofia Loren), cultiva o ideal de menina-moça, pura e meiga (nas personagens retratadas por Doris Day, Grace Kelly, Debbie Reynolds). (PINSKY, 2014, p.145)

O cinema proporcionou o contato com novos tipos de relações, principalmente para o público jovem. O final dos anos dourados teve o jovem como aposta, pois a beleza se associava a juventude e aliada ao incentivo do consumo dessas novidades de mercado, a presença jovem estadunidense passava a ser mais explorada, como também um público a ser mais bem observado.

A preocupação brasileira com o comportamento desses jovens está na má conduta observada pelos vizinhos: *jovens rebeldes*, *juventude transviada*, *rebeldes sem causa*, esses foram títulos dados aos jovens que não seguiam os padrões sociais comportamentais que se desejavam para eles. Como observa Carla Pinsky (2014, p.152), no Brasil esse movimento foi mais masculino do que feminino, onde as transgressões femininas se encontravam mais em pequenos delitos e na descoberta da sexualidade fora dos padrões já rotulados. Para as *meninas transviadas* o comportamento impróprio de uma *moça de família* ocasionaria mais em perdas morais do que para os meninos:

A “moça de família” dos Anos Dourados porta-se corretamente, tem gestos contidos e “boas maneiras”, mantém-se no “bom caminho”, não abusa de bebidas alcoólicas, não se envolve em conversas picantes nem compreende piadas impróprias; obedece aos pais e se prepara adequadamente para cumprir o destino feminino, desenvolvendo prendas domésticas e guardando as intimidades sexuais para o futuro marido. E, embora as manifestações públicas de carinho discreto entre jovens namorados sejam agora comuns no cenário das cidades, a “moça de família” nunca é vista aos abraços e beijos intensos com alguém (PINSKY, 2013, p. 482).

A partir dessa nova onda de informações e comportamentos, o Brasil presencia novos modelos de interação social, que deixava o lado mais conservador da sociedade preocupado, principalmente com relação aos jovens. Muitos filmes norte-americanos são mal vistos pelas famílias brasileiras, onde até mesmo a música levaria um som de rebeldia para a juventude:

O fenômeno musical do *rock* e toda a irreverência que representa (em termos de comportamento, aparência, humor, criatividade...) atingem o Brasil. Esse estilo musical, apesar das polêmicas, consegue se impor (inclusive pelo interesse da produção e comércio de discos). (PINSKY, 2014, p. 156)

A música importa novos costumes assim como todo o cenário cultural norte-americano, mas a modernidade acelerada desses novos costumes não foi motivo de euforia para os conservadores. O novo estilo de vida afetaria a tradição do cenário vivido pelas famílias da classe média brasileira, principalmente no que dizia respeito à postura da mulher

na sociedade. Incentivadas por esse novo cenário, corria-se o risco delas não mais reconhecerem o lugar que se desejava que elas ocupassem. As expectativas sociais que se criavam em torno da rotina feminina fazia parte de suas realidades e as influenciavam quanto à atitude perante as suas escolhas pessoais (PINSKY, 2009).

Imaginamos que os discursos e os meios nos quais se propagavam os novos modelos de vida dificilmente não atingiriam as mulheres, assim como na atualidade, onde somos induzidos a vários discursos e modelos e indiretamente nos padronizamos em relação a eles. Em outras épocas, e principalmente no Brasil dos anos 1950, esse *mundo-novo* de possibilidades era atrativo para as mulheres.

Ser mulher implicava, nos anos 1950 no Brasil, ser herdeira de velhos costumes, mas sempre renovados, ou sempre os renovando e os adaptando de acordo com a necessidade diária de reafirmar o papel feminino tradicional:

Se o Brasil acompanhou, à sua maneira, as tendências internacionais de modernização e de emancipação feminina – impulsionadas com a participação das mulheres no esforço de guerra e reforçadas pelo desenvolvimento econômico -, também foi influenciado pelas campanhas estrangeiras que, com o fim da guerra, passaram a pregar a volta das mulheres ao lar e aos valores tradicionais da sociedade (PINSKY, 2009, p. 608)

Ao mesmo tempo em que o ideal de modernidade e liberdade norte-americano influenciou os lares brasileiros, esses também foram influenciados pelo tradicionalismo vigente na sociedade americana.

O Brasil não só importou um comportamento novo, mas também a atualização de comportamentos antigos. Para as mulheres, o *ser mulher* estava ainda mais severo na tentativa de trancafiá-las a um modelo tradicional. Nem mesmo o Estados Unidos e muito menos o Brasil foram os mesmos depois da Guerra, e assim como a nova ordem mundial estabelecida entre os continentes e os povos, a nova ordem social que se desejava estabelecer para homens e mulheres era retornar do ponto zero, ou seja, resgatar os papéis já antes conhecidos e que foram congelados para se viver e presenciar as mudanças durante a Guerra.

Dessa forma, esse retorno foi lento e gradual: teve, principalmente, os Estados Unidos se firmando como potência mundial, mas não significou a igualdade entre homens e mulheres e os problemas sociais, psicológicos e financeiros, causados durante a Grande Guerra, moldaram a configuração social em que as mulheres iriam se inserir:

Nos anos 1950, ainda que com pinceladas de modernidade, o ideal da “boa esposa” seguia como um grande farol. As leis que regiam a sociedade conjugal continuavam as mesmas, a violência doméstica permanecia prática comum e socialmente tolerada e a Igreja não mudara de opinião quanto à submissão da esposa e a indissolubilidade do casamento. Contudo, uma das novidades da época era o *americanwayoflife* – o ideal do papai que trabalha fora, da mamãe que cuida do lar com a ajuda de eletrodomésticos, da família toda que passeia de carro e tem acesso a bens de consumo “indispensáveis à vida moderna” – muito atraente para a classe média brasileira. Se, por um lado, esse modelo ajudava a manter os padrões tradicionais da mulher doméstica, por outro, incentivava o consumismo que só pode se realizar com entradas maiores no orçamento doméstico. *E aí? Uma esposa deve ou não ter um emprego doméstico?* (PINSKY, 2013, p. 488).

A ascensão da classe média no Brasil fará parte dessa nova rede de possibilidades causada pelas mudanças sociais do exterior. Como o país mantinha uma política de boa vizinhança com a *grande potência*, o crescimento econômico e industrial trouxe novas configurações de educação e profissionalização, até mesmo à informação, lazer e consumo, no qual as práticas sociais também sofreriam mudanças (PINSKY, 2009, p.608). É esse movimento social em ascensão, a partir dos anos dourados, que influenciará a sociedade brasileira até os dias atuais.

O final dos anos 1950 presenciou mudanças significativas que posteriormente iriam afetar diretamente a velha tradição do lugar em que a mulher ocupava na sociedade, principalmente derivada das mudanças de locais de trabalho e acesso a níveis escolares que visavam uma formação acadêmica. Apesar dessa brecha na configuração social, ainda assim o lar era considerado o lugar da mulher, “isso denota *status* e sinaliza o sucesso do marido” (PINSKY, 2013, p. 3).

Apesar da ascensão social da classe média inspiradas pelos lares americanos, a nova condição social e financeira requerida pelo capitalismo poderia forçar as mulheres a trabalharem além do lar para ajudar a complementar a renda, mas o próprio imaginário social não permitia que elas optassem pela carreira profissional e o casamento; as que optavam por fazer os dois eram vistas como menos femininas, já que não cumpriam o papel de dedicação total ao lar, aos filhos – esses que seriam negligenciados por não ter a presença da mãe em casa. O marido procuraria fora do lar à atenção que não estava recebendo em casa; e ao próprio corpo, uma vez que não possuiria tempo necessário para cuidar da sua beleza.

Para reforçar esse pensamento, as revistas da época que cumpriam a sua *missão* de informar e educar, vendendo-se como amigas do lar para as donas de casas e que tratavam sobre o assunto doméstico em suas várias edições, aconselhava que o melhor caminho a ser seguido fosse o de cumprir a sua função divinal do matrimônio e da maternidade. Na matéria a seguir, a revista *Querida* (1954-1968) descreve a ambição que toda mulher deveria ter:

Lugar de mulher é o lar [...] 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 continuava a ser o casamento e a família. Muitas, no entanto, almejavam 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. (*Revista Querida* apud PINSKY, 2009, p. 624)

As revistas de maior circulação nesse período colocavam o sentido de feminilidade à prova quando traziam matérias com impasses cotidianos de personagens fictícios, onde suas histórias poderiam ter o final feliz que se esperava ou terminariam em uma tragédia anunciada que poderia ter sido evitada se seguissem as boas condutas, que sempre poderiam ser lidas nas edições anteriores. Nas matérias de conselhos e dicas, geralmente, a moça indefesa que poderia se entregar aos galanteios do namorado e *apressar* os laços íntimos antes do casamento ou mesmo tentada não renegaria os bons costumes e que se ocorresse insistência do homem o trocava por um *partido melhor*.

A maioria dos enredos das revistas e jornais femininos traziam histórias de cunho moral que no final caberia à moça ter os privilégios de uma vida respeitável como *rainha do lar* ou ser colocada à margem social e ficar mal falada:

As revistas da época classificavam as jovens em *moças de família* e *moças levianas*. Às primeiras, a moral dominante garantia o respeito social, a possibilidade de um casamento-modelo e de uma vida de *rainha do lar* – tudo o que seria negado às levianas. Estas se permitiam ter intimidades físicas com homens; na classificação da moral social estariam entre as *moças de família*, ou *boas moças*, e as prostitutas (PINSKY, 2009, p. 610).

Do conjunto de regras e costumes que se esperavam das mulheres de *boas famílias* da classe média brasileira, outros grupos sociais passavam por um estilo de vida totalmente distante e nada semelhante ao que se lia nas páginas de revistas. Muito além da preocupação com a moral, etiqueta e beleza para arranjar um marido e ter um lar, muitas mulheres, principalmente, de classes sociais mais baixas não se inseriam nesse discurso da *rainha do lar* – que também é envolto de fantasias.

Raça e classe são termos que por vezes não encontramos nos discursos dos anos dourados pela própria forma que a sociedade se comportava. O desejo de reduzir ou até mesmo retirar por completo a participação das mulheres (brancas) do mundo do trabalho

estava apenas associado a esse grupo. Mulheres negras e mulheres pobres, a grande maioria das classes mais baixas, estavam presentes em trabalhos que eram vistos como inferiores, como, por exemplo, o operariado, o trabalho nas casas de família, etc..

Parnaíba, como cidade que foi influenciada e ainda recebeu todos os costumes da importação estrangeira em seu território, também se inclui nesse movimento, mesmo quando adquire o olhar de recato sobre sua sociedade. Quando o texto apropriado por Evangelista se põe a favor da moral e dos costumes, pedindo aos que estavam lendo a matéria que reneguem os ritos dos concursos, com receio de colocar as mulheres em um lugar onde as mesmas não pertencem e seriam indignos devido à exibição de seus corpos, essa narrativa estava ligada ao contexto internacional que existia ao mesmo tempo ao lado do discurso de liberdade e evolução.

Os concursos se desenvolveram para a escolha da mulher mais bela de uma cidade/país/mundo, mas correspondiam a uma exigência de mercado em desenvolvimento. A própria associação da mulher consumista, muito vendida pela publicidade e herança da rainha do lar como provedora das necessidades de compra da família, será um dos pilares que sustentarão os concursos de beleza. Martha Rocha, por exemplo, estampou diversas propagandas publicitárias de cosméticos destinados ao rosto e corpo durante os anos de 1950, que tinham como objetivo fazer com que qualquer mulher sentisse a necessidade de usar determinado cosmético e a ilusão que ao ter em mãos o produto vendido pela *Miss*, logo alcançaria a mesma beleza dela.

A imagem de uma mulher bela que saía das passarelas e ia de encontro ao lar e aos costumes tradicionais rondava o imaginário de mulheres durante os anos dourados e chamava a atenção da imprensa publicitária, mas ao mesmo tempo de olhares mais conservadores.

Em biografia, a própria *Miss* 1954 relata suas experiências como filha, mulher, mãe e *Miss* quando a sua imagem pública por vezes foi associada à sua felicidade conjugal e familiar. Apesar de seguir o que se esperava para aquele momento no contexto social, a vida de Martha Rocha foi conduzida, após o concurso, para o lar e foi exibida como exemplo em várias revistas e jornais da época da mesma forma de estrelas do cinema e cantoras internacionais: a felicidade vai além das passarelas, ela se encontra no lar.

O *Miss* Universo proporcionou ao Brasil um olhar ainda mais próximo sobre o comportamento estrangeiro e após o sucesso de 1954 os próximos concursos no Brasil não seriam os mesmos, objetivava-se lançar uma nova mulher que com sua beleza não só conquistasse seu país, mas toda a América e o mundo.

Uma vida moderna possibilitaria uma nova forma de lidar com a rotina do lar, no qual a mulher estaria tendo acesso a *facilidades* vendidas nos anúncios ou até mesmo na sua porta. O trabalho doméstico agora ficaria mais fácil de ser administrado, mesmo com a ajuda de uma empregada, sobre vários aspectos: “água encanada, fogão a gás (embora a lenha continuasse muito popular) e aparelhos elétricos como o ferro de passar e a geladeira [...]” (PINSKY, 2009, p. 500). Fora a aquisição de outros eletrodomésticos como aspirador, batedeira, enceradeira, máquina de lavar roupa, máquina de costura:

O país impregnava-se da ideologia desenvolvimentista e privilegiava um projeto industrial voltado para a produção de bens de consumo, permitindo que parcelas cada vez maiores da população tivessem acesso a essas novidades. E não foram só as máquinas que modificaram a repetitiva jornada do trabalho doméstico, aliviando seu fardo. A disponibilidade de produtos de limpeza industrializados poupava a dona de casa de ter que fabricá-los. Os utensílios de plástico substituíam os antigos, mais pesados e caros. Os tecidos sintéticos, mais “leves e funcionais” que os de algodão, lã e linho, facilitavam as tarefas de lavar e passar. Os alimentos enlatados e processados industrialmente, adquiridos no mercado, diminuía o tempo dedicado ao preparo das refeições. As roupas prontas vendidas em lojas e magazines concorriam com vantagens com as confeccionadas em casa, ainda que na máquina de costura. (PINSKY, 2009, p. 500)

A política desenvolvimentista proporcionada pelo capitalismo no consumo desses bens de produção proporcionou a vida de algumas mulheres uma nova dinâmica. Essas *novidades* eram promovidas pelos anúncios publicitários realizados na época com a imagem feminina.

O estereótipo da mulher consumidora pode ser visualizado em anúncios de propagandas de utensílios, roupas, cosméticos e outros artigos vendidos nas páginas de jornal e revistas. A sedução das imagens associada ao discurso de modernidade que estaria voltado para facilitar a vida no lar estava destinada àquelas que eram consideradas conexas justamente a esse papel de leitora-consumidora.

A grande maioria de propagandas de eletrodomésticos da época tem como rosto estampado a *dona de casa feliz* que usa e tem acesso a esses novos recursos. É interessante ressaltar como parte da evolução dos costumes sociais a inserção dessa ideologia de desenvolvimento associada ao papel da mulher. Agora não bastava somente ter bons costumes, ser educada, procurar pelo um bom marido, querer ser mãe, ter uma casa, mas também era necessário ser moderna, atualizada com as novidades do mercado. A própria ideia de praticidade vendida nesses anúncios facilitaria o andamento das atividades no lar para assim manter uma imagem impecável, elegante e feliz.

A política de desenvolvimento que o país se inseria, atrelado ao movimento de mercado consumidor, estava também associado ao meio político como parte de uma política de desenvolvimento nacionalista em crescimento industrial e em urbanização.

O governo de Juscelino Kubitschek foi marcado pelo ideal de modernidade consumidora, “os meios de comunicação parecem ter elegido os anos 50 como modelo a ser seguido” (CAMPOS, 2010, p. 57). A própria condensação do tempo *50 anos em 5* era a possibilidade de tornar possível um controle natural de uma juventude sempre moderna e atual (SANT’ANNA, 2014). Envelhecer era uma condição mais temível que a morte. O governo de JK é marcado pelo rejuvenescimento de uma sociedade que se moderniza no corpo e nos costumes:

De fato, JK venceu as eleições de 1955 defendendo a modernização do Brasil segundo um estilo de governo que parecia rejuvenescedor. Kubitschek era “o atestado do homem público que não tinha medo de exhibir, numa gargalhada, a satisfação por suas realizações”. Por isso, não apenas a expressão “50 anos em 5”, mas a própria presença de JK na vida política brasileira, portava a seguinte exigência: agora, os brasileiros deviam rejuvenescer seus costumes e valores. No prazo de apenas cinco anos, era preciso sacudir para longe a poeira dos preconceitos desfavoráveis à imagem de um Brasil novo, moderno e alegre. O futuro não seria mais um lugar perdido num horizonte distante. O futuro, diziam os entusiastas do governo, poderia ser rapidamente alcançado. Afinal, conforme uma conhecida canção de Juca Chaves, o presidente era “simpático, risonho, original”. (SANT’ANNA, 2014, p.110)

O presidente lança uma onda modernizadora no Brasil, que estampa os anos dourados e “eternizou a crença na transformação do presente” (CAMPOS, 2010, p. 61). Essa forma política possibilitaria uma maior compreensão de como *manipular* ou saber lidar com esse tempo e espaço em benefício próprio em que o futuro sempre seria um presente previsível no qual as pessoas se reconheceriam e conseguiriam manterem-se sempre jovens:

A história brasileira a partir dos anos 40, e mais especificamente, dos anos 50 tem, dentre outras, uma marca muito especial, a da crença na transformação do presente como objetivo de construção de um futuro alternativo ao próprio presente. Nesse sentido, as ações humanas projetavam-se, deliberadamente, para a construção do amanhã. Havia um forte sentido de esperança, caracterizado por uma marcante consciência da capacidade de intervenção humana sobre a dinâmica da História, buscando-se implementar um projeto de nação comprometido principalmente como desenvolvimento social. (NEVES, apud CAMPOS, 2010, p. 61)

A própria preocupação em se sustentar essa juventude tem um aumento significativo na segunda metade dos anos 1950 pela aceleração da campanha e venda de cosméticos no

Brasil. Empresas como a AVON (estadunidense) chegou ao país trazendo novos cosméticos e conceitos sobre beleza, um novo olhar sobre a mulher, até mesmo na forma que os produtos chegavam até elas. Com uma apresentação de produtos variados, destacando a beleza feminina como sexy. Os próprios frascos dos produtos tinham essas características, trazendo cores vibrantes e silhuetas que poderiam lembrar o corpo feminino.

A AVON também ousou ao inserir as mulheres no mercado de trabalho, como uma característica de sua fundação e foi uma forma de levar os produtos até a dona de casa, já que o sistema de vendas era porta a porta, onde os homens tinham muitas dificuldades em vender os produtos às mulheres, pois essas não os recebiam e a empresa viu como meio alternativo contratar mulheres.

Assim, até atualmente, a política da empresa é envolver mais mulheres no mercado de trabalho, destacando sempre a beleza feminina possível através da venda dos produtos.²⁰ O sistema de revendedoras também chegou aos anos dourados, já que a empresa só instalou a primeira fábrica no Brasil durante a década de 1970, e os produtos até então eram vendidos de porta a porta (SANT'ANNA, 2014).

A segunda metade dos anos dourados representa mudanças aceleradas não apenas no entendimento do tempo, mas na política, na sociedade, no comportamento e na história do embelezamento no Brasil:

Modernização das técnicas de produção de perfumes e de cosméticos, ampliação do mercado de produtos industrializados ligados ao conforto e aos cuidados corporais, a batalha da beleza pretende ser, mais do que nunca, uma luta pessoal e cotidiana, que diz respeito não apenas às mulheres da elite, mas também às funcionárias públicas, secretárias, professoras e donas de casa. Desde então, a representação publicitária dessas mulheres se torna mais frequente e a ênfase em torno do uso dos produtos de beleza mais integrada à vida cotidiana nas ruas, dentro de casa, nos locais de trabalho, lojas, etc. Não há mais um momento especial para se fazer bela já que todos os momentos devem ser conjugados com um trabalho sobre si mesmo de conquista da beleza e de prevenção da feiura. (SANT'ANNA apud ARAÚJO, 2009, p. 4)

A abertura comercial das empresas de cosméticos norte-americanas importando um novo estilo de uso e comportamento visto como necessário para a ideologia de modernização social e política aumentou e deu um novo significado para a beleza feminina.

Os cosméticos passaram a ser essenciais na vida e nas bolsas femininas, “segundo um artigo da revista *Manchete* de 1954, o consumo de cosméticos havia aumentado no Brasil e,

²⁰ Cf. SILVA, 2017.

nos Estados Unidos, ele era maior que o consumo de manteiga” (SANT’ANNA, 2014, p.110). Arelado ao discurso da beleza e ao próprio discurso científico, os cosméticos prometiam a cura da *feiura* para as desafortunadas e vendiam para aquelas que desejavam ser eternamente jovem a felicidade no pote em forma de creme. Vendia-se a ideia de que essas consumidoras poderiam conquistar o *que* e *quem* elas quisessem:

Menos do que um dom, a beleza foi interpretada como o resultado de uma conquista individual, um trabalho que não tem hora e nem lugar para começar ou para acabar. “Hoje é feia somente quem quer”. [...] A partir da década de 1950, segundo os conselhos de beleza e os anúncios publicitários, qualquer uma tinha o direito de se tornar bela, podendo vir a ser tão sedutora quanto as suas artistas prediletas (SANT’ANNA, 2014, p.119).

A beleza poderia ser conquistada através dos cosméticos. As políticas de desenvolvimento e modernização, as novas condutas sociais e morais prosperaram e seriam, logo em seguida, percebidas através do corpo, mas é o corpo feminino que seria mais apontado, cobrado e exigido a ser jovem, bonito e saudável.

2.3 *Um corpo ideal: História do Corpo através dos Anos Dourados*

O corpo é político. Ele é material, sensorial, modificável e perecível. Local no qual através dele todo o discurso da beleza se inicia. É o corpo que revela quem é considerado ou não belo, além das palavras. Para ser bonito – na sociedade na qual vivemos - antes de tudo, precisa ser visível.

Um corpo que além de visto é imaginado. Ao longo da história, tudo que é destinado a *descobrir* o corpo esta ao redor de mitos, curiosidades e até mesmo perseguições. O discurso religioso e científico moldou para a sociedade dois corpos distintos: o perigoso, relacionado aquilo que não se pode ver – ou saber em sua totalidade – muito disseminado pelo pensamento cristão; e o dissecado pela ciência moderna, que reinventou a visão de tudo o que era relacionado aos corpos - principalmente quando se relacionava a grupos determinados, como é o caso das mulheres.

Investigando acerca do olhar de curiosidade que o corpo despertou e desperta, nesse caso para nós historiadores que o dissecamos quanto a sua matéria e o que se pode teorizá-lo, a historiadora Mary Del Priore nos diz que:

Várias razões terão levado os historiadores a interessar-se pela história do corpo: a excessiva discrição em relação ao tema, os debates da atualidade em torno de questões como a saúde perfeita, as terapias gênicas e ablações que prometem purificar geneticamente todos os seres defeituosos, transportando, por meio da ciência, o homem de volta ao paraíso. Mas existe também uma profunda curiosidade pelo interior do corpo como retrato do universo mais fechado e misterioso que existe. Por isso mesmo, ele é submetido insistentemente às imagens, às medidas, e a toda matéria verbal destinada a representá-lo [...] (PRIORE, 1999, s/p)

A curiosidade do historiador foi despertada principalmente desde a renovação da historiografia, a partir da década de 1970, onde novos temas emergiram nos estudos históricos a fim de compreender a sociedade por um novo viés.

Temas que estavam à deriva dentro da historiografia tradicional, começaram a fazer parte da narrativa de historiadores sobre a sociedade. Segundo Peter Burke (2012, p. 25) “uma das principais razões para a reação contra a grande narrativa da civilização ocidental consistiu na consciência cada vez maior daquilo que ela havia deixado de fora ou tornado invisível”.

O invisível seriam as ações produzidas por homens e mulheres em seus contextos sociais, que negligenciadas por uma cultura da História positivista, estavam intimamente ligadas ao desenvolvimento social não apenas pelo viés econômico e das grandes civilizações, mas pela cultura e pelas *classes subalternas*. A aproximação da História com a Antropologia inovou as produções dentro da História Cultural²¹ nas décadas de 1970 e 1980, resultando na *nova história cultural*:

A expressão “nova história cultural” (daqui por diante NHC) entrou em uso no final da década de 1980. A NHC é a forma dominante de história cultural — alguns até mesmo diriam a forma dominante de história — praticada hoje. Ela segue um novo “paradigma”, no sentido do termo usado na obra de Thomas Kuhn sobre a estrutura das “revoluções” científicas, ou seja, um modelo para a prática “normal” da qual decorre uma tradição de pesquisa. (BURKE, 2005, p. 68)

Apesar das críticas feitas às produções da Nova História Cultural, alegando ser uma história fragmentada²², a importância se deu pela possibilidade de novos temas a serem explorados ou revisitados: como podemos observar a inserção de personagens que anteriormente seriam inviabilizados e a própria renovação na escrita da História. Segundo

²¹Para José D’Assunção Barros, seguindo a delimitação de Georges Duby (1990) “este campo historiográfico estudaria dentro de um contexto social os ‘mecanismos de produção de objetos culturais’ (aqui entendidos como quaisquer objetos culturais, e não apenas as obras-primas oficialmente reconhecidas).” Para além da restrição da ideia de “cultura” estabelecida anteriormente dentro da história elitizada, onde a própria História da Cultura também estava moldada na “alta cultura”, que somente foi resignificada com a aproximação da antropologia; “passou-se a avaliar a Cultura também como processo comunicativo, e não como a totalidade dos bens culturais produzidos pelo homem.” Ver: BARROS, 2014.

²² Cf. ENGEL, 1997.

José D’Assunção Barros, a designação *nova história cultural* estaria em debate sobre ser um *novo paradigma* quando se reflete em relação a:

[...] pensar a História Cultural como campo histórico já antigo, mas que assiste a radicais inovações nas últimas décadas do século XX, ou pensar nesta expressão como o signo de um “novo paradigma”, têm sido orientações recorrentes nos grandes balanços historiográficos. (BARROS, 2014, p. 13-14)

O leque temático ofertado aos historiadores possibilitou analisar a sociedade muito além do que poderia ser visível. É através da nova história cultural que se desenvolveu a História do Corpo²³ e não apenas esse domínio de investigação, bem como a História das Mulheres:

Se existe um domínio da NHC que hoje é muito próspero, mas que pareceria quase inconcebível uma geração atrás — em 1970, digamos —, este é a história do corpo. As poucas contribuições feitas nesse campo em décadas anteriores eram pouco conhecidas ou consideradas marginais. [...] Em compensação, do início da década de 1980 em diante, uma corrente cada vez maior de estudos concentrou-se nos corpos masculino e feminino, no corpo como experiência e como símbolo, nos corpos desmembrados, anoréxicos, atléticos, dissecados e nos corpos dos santos e dos pecadores. [...] A história do corpo desenvolveu-se a partir da história da medicina, mas os historiadores da arte e da literatura, assim como os antropólogos e sociólogos, se envolveram no que poderia ser chamado de “virada corporal”. (BURKE, 2005, p. 94-95)

A preocupação, segundo o autor, se dá de uma observação e uma necessidade de explicar acontecimentos modernos em relação ao corpo, mas que na verdade estão também ligados a discussões mais antigas e a autores já consagrados dentro da historiografia, como Mikhail Bakhtin, Norbert Elias, Michel Foucault, Pierre Bourdieu e Merleau-Ponty, no qual os três últimos se separaram da tradição filosófica que remontava Descartes²⁴ que separava o corpo da mente (BURKE, 2005, p. 36).

²³ Segundo a historiadora Maria Izilda Santos de Matos, o corpo como objeto de investigação já estava presente em outras áreas do conhecimento, como a medicina, antropologia, educação física, estética, entre outras; e se incorporava em outras áreas como ciências humanas, urbanismo, engenharia do corpo e de produção, “na historiografia tais inquietações emergem com a abertura da história para “outras histórias”, focalizando novos objetos e abordagens; os sujeitos históricos adquiriram corporeidade e os corpos tornaram-se sujeito da história, podendo-se observar a historicidade da construção dos corpos.” (MATOS, 2018, p. 192)

²⁴ Em *Tratado do Homem* (1664), Descartes investiga os atributos do corpo, explicando suas funções fisiológicas como matéria em movimento. Segundo Federici, “uma tarefa fundamental do projeto de Descartes foi instituir uma divisão ontológica entre um domínio considerado puramente mental e outro, puramente físico” (FEDERICI, 2017, p. 249). Dentro da filosofia mecanicista em que a preocupação era a mecânica do corpo, não só Descartes como também Hobbes foram os representantes de sua época e seus pensamentos contribuíram para a formação do corpo como máquina de trabalho “o que constitui uma das principais tarefas da acumulação primitiva”, que segundo a autora pode ser percebido quando Descartes se refere ao corpo como “esta máquina”, que ele escreve

Além da herança cultural judaico-cristã do mundo ocidental, esse pensamento da elevação da alma e mente em detrimento do corpo também auxiliaram para o negligenciamento da história do corpo como campo investigativo, que segundo Roy Poter: “mesmo os escritores que buscaram resgatar o corpo da negligência ou da desonra, ainda assim, em geral, perpetuaram as velhas hierarquias” (POTER,1992, p. 292).

Contextualizando os corpos da nossa contemporaneidade encontramos uma série de discursos nos quais eles se inserem não como corpos vivos, mas que se desejam estar vivos através de algo que os pareça fazer vivo.

No ocidente, a religião, ciência e até mesmo o paganismo em muitos momentos decidiram e condenaram a cerca da ocupação de corpos nos espaços, isto é, eles estariam *indignos* ou sujeitos a condutas desmoralizantes e não condizentes com a ordem social.

O poder estaria lado a lado quando se fala de corpos e podemos perceber isso através da historiografia. Segundo Ana Maria Colling (2014, p. 22), “a história passa a ser vista como construção, como resultado de interpretações, de representações, que têm, como fundo, relações de poder”. Corpos dominantes ditaram as regras sociais nas quais outros corpos deveriam estar inseridos e se disciplinar²⁵ ou morrerem tentando:

[...] diferente de uma história do corpo, talvez seja mais instigável e viável realizar investigações sobre algumas das ambições de governá-lo e organizá-lo conforme interesses pessoais ou coletivos. Pois cada vontade de manter o corpo sob controle [...] é constituída por fragilidades e potências, expressando especificidades e generalidades culturais. [...] a historicidade desta ambição revela não apenas o quanto é complexa a tecnociência relacionada ao controle dos corpos atuais, mas, também, o quanto sofisticados os saberes e as técnicas das épocas passadas e de culturas diferentes da nossa, guiadas pela intenção de livrar os corpos das doenças, promover a disciplina alimentar e sexual, numa palavra, controlar os corpos não apenas para bem administrar uma cidade, uma empresa ou uma nação, mas, igualmente, para obter mais saúde e prazer. (SANT’ANNA, 2006, p. 4-5)

O poder gera uma verdade que é criada e apoiada para tal. Colling sobre o pensamento de Foucault nas funções do discurso em conduzir os sujeitos à verdade diz que “se a verdade existe numa relação de poder e o poder opera em conexão com a verdade, então todos os discursos podem ser vistos funcionando como regimes de verdade” (COLLING, 2014, p. 37).

ao final do *Tratado do Homem* “desejo que considerem, que todas as funções que atribuí a esta máquina [...] se deduzam naturalmente [...] da disposição de seus órgãos – tal e como os movimentos de um relógio ou outro autômato se deduzem da organização dos contrapesos e rodas.” (DESCARTES apud FEDERICI, 2017, 250-255)

²⁵ “Uma das condições para o desenvolvimento capitalista foi o processo que Michel Foucault definiu como “disciplinamento do corpo”, que, a meu ver, consistia em uma tentativa do Estado e da Igreja de transformar as potencialidades dos indivíduos em força de trabalho.” (FEDERICI, 2017, p.240)

São os regimes de verdade que conduzem os discursos em suas afirmações e estabelecem esse controle corporal, tornando legítima a sua realidade:

Os discursos produzem “verdade” sobre os sujeitos e sobre seus corpos quando sugerem o que vestir, o que usar, o que falar, como se comportar, etc. constituindo identidades. Esta produção de identidades pelos discursos, ao mesmo tempo que inspira liberdade, organiza práticas de disciplinamento e de controle. A transformação dos corpos na atualidade, prisioneiros do discurso da eterna juventude, transforma homens e mulheres em máscaras mal feitas de uma mesma formatação. (COLLING, 2014, p.37)

Entendendo as *verdades* produzidas em nosso tempo, podemos compreender como elas se dão e se estabelecem nessas relações de poder, pois elas geram domínio. A identidade de um corpo na atualidade é gerada por diversos fatores – externos e internos – que são conduzidos por esses sistemas de poder.

Temos um discurso antienvelhecimento que mais pode ser visto como a não aceitação da morte na crença do corpo eterno. Isso para além dos fins estéticos, o corpo moldável a qualquer momento e a qualquer custo, onde a transformação em outro que difere do que era tido como natural é oferecido como ideal; e a fé cirúrgica como uma substituição nas crenças religiosas, que são centradas na alma e não no corpo. Segundo Sant’Anna (2006, p.18) “tudo se passa como se, em nossos dias, as transformações do corpo estivessem mais na moda do que nunca, enquanto os limites do que é certo e errado, falso e verdadeiro, natural e artificial estivessem sidos completamente relativizados”.

O corpo do século XXI e o corpo dos anos 1950, embora estejam distantes temporalmente, se assemelham em alguns discursos e comportamento. Quando falamos da beleza, criamos uma personalidade que nos afeiçoa seguindo os padrões existentes e é quase unânime identificar a beleza através do corpo.

A relevância em se olhar para o passado é justamente entender como o contexto atual que habitamos, seja o corpo individual ou no corpo coletivo, se construiu e até mesmo se fragmentou dentro da disputa de legitimidade de corpos ao longo da história, nesse caso na história da beleza:

São nossas expectativas, problemas, experiências, desejos e aspirações do presente que mobilizam nossas incursões sobre os fragmentos do passado, sobre a descontinuidade da história, buscando conceder-lhe um sentido. Um sentido que só o presente pode dar, pois é ele que determina as escolhas dos lugares, das pessoas, das ações humanas que vamos tomar, no tempo, como sínteses de sonhos, de

realizações de desejos, de frustrações, de tiranias e de redenção de sociedades inteiras. (SOARES, 2006, p.118-119)

Receptáculo da alma relegado ao segundo plano, meio de trabalho para ascensão de uma burguesia dentro de uma economia capitalista, o corpo foi palco de diversas interpretações nos quais se moldou para um resultado em cada período. Mas há um corpo mais caro a sociedade quanto a cobranças e exigências do que qualquer outro: o corpo da mulher. Imaginadas, fantasiadas, narradas, pintadas; foram diferentes formas de descrever o corpo feminino ao longo da história, revelando toda a mística e curiosidade quanto a um lugar desconhecido. Adoradas e exaltadas, perseguidas e queimadas, o corpo feminino como símbolo social diz muito mais sobre o imaginário social de cada contexto sócio histórico do que da própria figura da mulher.

O progresso e o processo de modernização da sociedade também fizeram evoluir as questões corporais e estéticas nas quais é possível fazer uma história do corpo centrada no corpo feminino. *Uma fonte de descontrole e de sofrimento* seria o resultado final nas mulheres, incitadas a se adequarem a um discurso e a um corpo que não pertencem.

A corrida para um corpo considerado adequado é tanto física como ideológica, basta lembrarmos os padrões éticos que se esperavam das mulheres – dos anos de 1950. Os corpos que se adequaram a comportamentos, medidas e lugares foram e são os maiores objeto de venda mercadológica dos últimos tempos, não somente para fins de lucros, mas também para fins de controle social.

Anterior ao corpo contemporâneo que traz a ideia da individualidade e da busca do controle de aparência segundo a norma social desejada – ou vendida. Quando esse movimento se inicia, na segunda metade do século XX, a ideia de beleza e corpo ainda era a coletiva, apesar de já se notar o *faça você mesmo*, incentivado principalmente pela modernização e industrialização que o país vinha sofrendo por influências estrangeiras.

A variação de compreensões sobre o corpo, principalmente como lugar a ser explorado, pode ser percebida através das décadas, quando o significado de beleza em relação ao corpo se modifica.

O século XX já presenciava o início do crescimento acelerado quanto às modificações de status e comportamentos, especialmente em sua segunda metade. A concepção de beleza e o comportamento do corpo vão se definindo conforme os acontecimentos sociais se moldam, nos quais alguns *lugares* se ajustam para isso.

Desde as primeiras décadas do século passado, o corpo é posicionado em um espaço em relação a cobranças estéticas, ainda que possuam outras finalidades. Não se nega a valorização de um discurso de beleza que ganha força principalmente no período entre guerras.

As medidas corporais tornam-se uma marca de beleza e os concursos de beleza popularizam esse novo padrão estético. Os concursos de *miss* se multiplicam no entre guerras e fazem com que as modelos exibam seus corpos perfeitos popularizando a nova silhueta. [...] A partir do entre guerras os padrões de beleza e o imaginário acerca do corpo vão sofrer também uma grande influência da nascente indústria do cinema. Novos padrões são estabelecidos, novos produtos cosméticos e novos modismos são criados a partir de um mercado editorial que se expande e leva a novas “tendências” a diferentes lugares do planeta. (FERREIRA, 2010, p. 191-192)

Esse novo estabelecimento de lugares para a beleza e as formas como se definiam também é percebido nesses espaços que os padrões se estabelecem. Os concursos de *miss* se modificam ao longo do tempo de acordo com a necessidade de se exaltar e definir um tipo ideal de beleza que vai de acordo com as necessidades da então emergente sociedade do consumo, assim como o cinema, que era um grande meio de veiculação, envolvendo a atenção das mulheres e também local privilegiado para se propagar esse ideal de beleza e do consumo.

A beleza facial era o destaque da beleza corporal não apenas porque os cosméticos ou *remédios* se destinavam a ela, mas pela própria forma como eram desenvolvidos os filmes. O corpo passa a ser a identidade do sujeito, o lugar que ele se mostra externamente e onde a sua subjetividade pode ser analisada para bem ou mal (SANT’ANNA, 2006). Para isso, é a produção e manutenção estética que deve ser mantida para se tornar aceita:

Nos anos 50, todavia, foi consolidada a adoção de novas práticas de culto ao corpo, da beleza e da moda, sobretudo pela facilidade em conhecer e adquirir os produtos, em virtude da dimensão que a indústria dos cosméticos toma no Brasil. Uma vez que a beleza deixava de ser dom natural para também se tornar resultado de esforço próprio, um direito, ou melhor, um ganho para os que não se enquadravam nos padrões estéticos ideais, o mesmo juízo também pode ser usado como meio de legitimar a obrigatoriedade da beleza, uma vez que, desde então, não restaria mais nenhuma desculpa. (SANTOS, 2011, p. 105-106)

Os anos a partir de 1950 foram o portal para o *novo mundo* da beleza, pois estava em choque duas modernidades distintas dentro do século XX, a do início e a da segunda metade.

O corpo da moda dos anos 1950 era o corpo violão, propagado através dos corpos das misses, símbolos de beleza, comportamento e vida social nesse período. As medidas de uma

miss foram divulgadas na revista *O Cruzeiro* em 1955: “ter entre 18 e 25 anos e no mínimo 1,60m de altura. Mas também era preciso pertencer à família respeitável e ser brasileira” (SANT’ANNA, 2010, p. 115). A preocupação e valorização nas medidas e peso do corpo ganham importância no universo de beleza das misses.

Mas no público em geral o corpo violão também aceitava as duas polegadas a mais que supostamente fizeram Martha Rocha perder o *Miss Universo* 1954. Baixinhas e roliças também eram bem estimadas. Com medidas mais curvilíneas, lembrando as descrições dos corpos das mulheres da Grécia antiga, - inspiradas na mitologia em que as mulheres eram retratadas como deusas e símbolos de beleza.

O corpo dos anos dourados talvez fosse à renovação de um ideal de uma sociedade clássica, em que o ideal de beleza esteja firmado no meio social e exista além dos corpos, fazendo parte não só dos indivíduos como do seu espaço. Embora esse modelo corporal seja referência para esse período, ele não é unânime, pois não se constitui uniforme para todos.

As imagens que se cristalizam sobre determinados períodos e acontecimentos não abarcam todo o seu contexto, elas próprias são selecionadas em detrimento de outras, logo a beleza tornou-se excludente. Observamos isso através do concurso de *Miss Piauí* 1957, onde apenas duas misses concorreram e ambas eram da elite em suas respectivas cidades e ainda podemos observar através das fotografias que são mulheres brancas. Segundo Sant’Anna isso condizia com o imaginário social vigente, onde “a maior parte da propaganda de cosméticos enfatiza a beleza das mulheres brancas, como se as demais não tivessem nenhuma qualidade estética”. (SANT’ANNA, 2010, p. 112)

Seria pouco provável uma mulher que não atendesse aos padrões estético-comportamentais e que não se assemelhasse ao *padrão Martha Rocha* fosse indicada a competição e saísse vitoriosa.

O concurso de *Miss Brasil* 1954 formulou uma medida corporal que se disseminou durante o decorrer da década e moldou para as décadas seguintes a preocupação e valorização do corpo como detentor de uma medida certa, desejada e excludente.

Embora nos anos 1950 ainda não esteja tão presente a obsessão em reformular esse corpo que não se está no padrão – pois é um comportamento observado mais na virada do século – os modos importados e até mesmo a supervalorização da estética facial será determinante para se adquirir uma preocupação centrada em tornar o corpo belo²⁶:

²⁶ “O rosto permanecia o ponto alvo da beleza vendida na propaganda, mas o corpo inteiro começava a insinuar-se no cinema e nas fotonovelas como lugar de cuidados permanentes.” (SANT’ANNA, 2013, p. 112)

Se no passado, a beleza do rosto, dependia de alguns produtos de maquiagem e da limpeza da pele com água e sabonete, doravante é preciso, também se preocupar com a ‘agressividade’ da água e com o ‘ressecamento’ da pele provocado pelo sabonete. Se faz necessário, assim, o uso de cremes de limpeza, outrora um luxo raro, mas desde então, recomendado com insistência pela maior parte dos conselheiros de beleza. O que era suficiente em décadas passadas deixou de sê-lo, confirmando que a história do embelezamento feminino é constituída de novas exigências, tanto quanto de novas preocupações antes inexistentes. (SANT’ANNA, 2005, p. 130 apud ARAÚJO, 2009, p. 5)

Como falamos anteriormente, durante essa década no Brasil o consumo de cosméticos aumenta paralelo o que vem acontecendo fora do país. Marcas chegam ao país, aproveitando a virada industrial e modernizadora que se instala e se firma como essencial na vida das mulheres brasileiras.

Assim os cosméticos adquirem caráter obrigatório na vida da *mulher moderna*. Aliado ao discurso de modernidade, também está o científico e o tecnológico quando diz respeito à confiabilidade desses produtos, no qual “o corpo se torna o mais belo objeto de consumo” (VIGARELLO, apud FERREIRA, 2010, p. 194).

Muito embora os discursos estéticos se destinassem a um grupo de consumidores, as práticas de embelezamento se tornam mais democráticas a partir do decorrer do século XX e segundo Lipovetsky “[...] se há sentido em falar de uma era democrática da beleza, é antes de tudo pela difusão dos cuidados estéticos em todas as camadas sociais”. (LIPOVETSKY apud ARAÚJO, 2010, p. 3)

O aumento na circulação e veiculação das propagandas de tratamentos estéticos, produtos de beleza e moda em jornais e revistas, a idealização dos concursos de misses, o alcance das televisões nos lares brasileiros, entre outros acontecimentos foram determinantes para se homogeneizar o ideal de beleza brasileira durante os anos dourados e para as décadas seguintes, de acordo com as mudanças sociais que cada época sofreu:

[...] o corpo é histórico. Isto é, mais do que um dado natural cuja materialidade nos presentifica no mundo, o corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc. Não é, portanto, algo dado *a priori* nem mesmo é universal: o corpo é provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura bem como suas leis, seus códigos morais, as representações que cria sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz. Um corpo não é apenas um corpo. É também o seu entorno. (GOELLNER, 2010, p. 28)

Ou seja, biológico e cultural é também construído pela linguagem. Produz um discurso que lhe representa e que educa. Se pensarmos a beleza como *dom*, como se sugeria em

meados do século XX, se verá um ideal de beleza que se coloca como algo transcendental e alcançá-lo seria quase impossível.

No entanto posteriormente aliado à indústria do consumo de cosméticos, esse ideal de beleza poderia ser conquistado utilizando-se os produtos certos, ou, pelo menos, era o que se esperava fazer crer.

Esse pensamento de um ideal de beleza alcançável vendido pela imprensa foi o que moldou o pensamento da estética no mundo ocidental contemporâneo. Podemos pensar a beleza e os seus discursos como forma de disciplinamento para os corpos na sociedade atual, bem como outras formas de disciplinamentos analisadas por Foucault, que contribuem para o controle social, “[...] o controle exercido através da fiscalização de um olhar minucioso sobre a aparência e com o aval da ciência, contribui para regulamentar diferenças e determinar padrões estéticos, em termos daquilo que é próprio e impróprio, adequado ou inadequado, normal ou anormal” (VILHENA; MEDEIROS, 2005, p. 137).

O olhar sobre a beleza muito tempo associada ao dom e ao glamour aprisionaram corpos dentro de um sistema que foi formulado para vender a ideia de que se precisava associar o belo ao feliz, onde a necessidade para encarná-lo ou o consumi-lo seria vital para os modos de convivência social e pessoal.

Observar os anos de 1950 é perceber que a cisão feita sobre o significado da beleza foi realizada sutilmente nos anos iniciais e abruptamente no final desse período, quando se modificou o conceito do que era considerado belo.

CAPÍTULO 3 - “CHLORIS – MISS PIAUÍ”: memórias de um colunista, o concurso e a *Miss*

Graça

Grande diferença não há entre Graça e Beleza, em muito consistindo uma e outra nas mesmas coisas. A graça está na postura e no movimento, e para que tais coisas resultem graciosas exige-se que a dificuldade não se faça perceber; donde é mister uma moderada inclinação no corpo e uma ajustada posição das partes de forma que uma não atrapalhe a outra e nem se mostrem separadas em ângulos agudos, como que de improviso. E esta redondeza, esta delicadeza de atitude constitui aquela quase magia da graça que é chamada de não sei quê (je ne sais quoi)

(Edmund Burke)

O ano de 1957 talvez tenha sido apenas mais um cheio de acontecimentos como qualquer outro. No entanto, para quem o viveu, o valor significativo dos acontecimentos ficará perpetuado para além do momento vivido. O ano representou inúmeros dias, resultando em encontros marcados, desencontros e famílias formadas que, até hoje, guardaram as lembranças de suas presenças na história.

Rubem Freitas, jornalista e colunista social, escreveu em seu livro *Parnaíba Tem Memória* histórias de eventos, pessoas e lugares que conhecia e frequentava a cidade de Parnaíba e as cidades vizinhas no Estado do Piauí.

No capítulo *Chloris - Miss Piauí*, ele narra e descreve os acontecimentos que giraram em torno do concurso de *Miss Piauí* 1957 na capital do Estado, Teresina. Esse capítulo será o objeto de análise para compreender como os discursos que envolveram esse evento estavam marcados por um movimento de magnitude maior. Sobre esse movimento um importante agente move as ações e constituem as falas desse e de outros discursos: os padrões de beleza. Analisar um único evento a partir de um fragmento de um livro é tarefa complicada. Uma parte dessa história, ou boa parte dela, continuará obscura pelo tempo. Não é a falta de perguntas, mas o simples fato de que tudo o que chega até nós, até mesmo em maior número, está fragmentado.

No entanto, "o fato de uma fonte não ser objetiva (mas nem mesmo um inventário é *objetivo*) não significa que seja inutilizável." (GINZBURG, 2006, p.16, grifo nosso). Aliado ao próprio tempo tem-se a quase inexistente guarda de fontes históricas na cidade. Se quisermos contar uma história, temos que rastreá-la a partir das fontes que se dispõem para nós.

Dessa maneira, a década de 1950 é o auge e/ou a disseminação de padrões de beleza dominantes impostos pela sociedade. O que estamos afirmando é que a partir dessa década podemos observar um maior consumo e preocupação por partes dessas discussões que giram em torno da beleza. Não estamos negando que, anterior a essa época, a beleza não fosse cobrada, exigida e *necessitada* por distintas partes, todavia essa discussão apenas era levada e incentivada de uma forma diferente a qual será posteriormente. Até os termos para se referir a esse assunto era distinto. Segundo Sant’Anna (2014), no começo do século passado, a estética valorizada era a beleza facial e as propagandas veiculadas para o assunto eram conhecidas como *remédios da beleza*.

A escolha da fonte partiu do discurso de Freitas, ocorrendo por dois motivos: o primeiro é a narrativa do evento, o segundo é o contexto no qual ele descreve as personagens femininas. No primeiro, através de sua fala conseguimos visualizar o concurso e toda sua trama. Isso fica ainda mais evidente aliado à análise das fotografias da época. No segundo temos o discurso de seu tempo: exalta a beleza feminina como um dom natural e moral, associando as candidatas aos clássicos *lugares de mulheres* – família, casamento, filhos, boa conduta.

Além disso, Rubem Freitas era uma espécie de organizador oficial dos eventos e mobilizações a favor deles, onde através do texto encontramos várias passagens da sua participação, organização e nostalgia, “[...] os colunistas sociais promoviam bailes, concursos de beleza, e procuravam, mediante o olhar de observador, indicar antecipadamente quem era a mais apta a conquistar honraria entre as moças do society” (SANTOS, 2011, p. 81).

O texto de Freitas é derivado da *Parnaíba do já teve*, onde a saudade dos tempos áureos da cidade aparece no resquício e nas lembranças escritas. Aliado à pesquisa bibliográfica de outras autoras e autores, analisamos essa fonte e através dela percebemos como a um contexto microssocial está envolvido e importando comportamentos de um contexto macro. Isso nos lembra do termo *circularidade cultural*, que o historiador Carlo Ginzburg analisa a partir dos discursos de Mikhail Bakhtin.

[...] é possível resumir no termo “circularidade”: entre a cultura das classes dominantes e a das classes subalternas existiu, na Europa pré-industrial, um relacionamento circular feito de influências recíprocas, que se movia de baixo para cima, bem como de cima para baixo [...]. (GINZBURG, p. 10, 2006)

Contextualizando o termo para o período dessa discussão, a inversão e conversação que vai acontecendo nos costumes, em que se torna possível através dos meios de mídia da

época, aproximam dimensões da esfera social que mesmo distantes em fronteiras e ideologias tornam-se afins por possuírem o mesmo propósito e discussão. O que acontecia no cinema Hollywoodiano afetava diretamente uma cidade que desejava estar atrelada a esse sistema.

Os *Anos Dourados* (1945-1964) são a marca de um tempo que ficou conhecido, principalmente no Brasil, como período áureo social: prosperidade econômica, política e modernidade, o slogan vendido sobre os tempos de ouro.

Analisar o concurso de *Miss Piauí* de 1957 é perceber que uma cidade de um estado do nordeste brasileiro em uma época que a veiculação das informações se dava de uma maneira diferente das do nosso tempo, ainda assim importou atitudes, discursos, comportamentos, vestuário, moda, eletrodomésticos, cosméticos e tantos outros que o avanço do capitalismo permitiu às nações. Parnaíba em 1957 poderia estar distante em fronteiras, mas o seu corpo social estava intimamente ligado aos acontecimentos nacionais e internacionais.

Lançar uma parnaibana para o concurso de Miss Brasil era uma possível chance para um passo para o *Miss Universo*. A mulher considerada mais bela do Piauí poderia ser do mundo. O desejo de enquadrar um rosto e um corpo com simetria e medidas perfeitas nada mais era que a necessidade de se preservar a imagem de uma cidade jovem e atual, além de dar visibilidade social a um grupo seletivo numa cidade que ansiava para ser reconhecida.

O capítulo *Chloris – Miss Piauí* presente no livro *Parnaíba tem memória* vai da página 53 a 66, possui algumas passagens dos eventos ocorridos antes do concurso em 1957, como, por exemplo, os bailes no *Cassino 24 de Janeiro*, a indicação aos concursos, a *apresentação oficial* das candidatas e a coroação das rainhas e princesas da beleza parnaibana. O texto fala além de suas palavras; através das entrelinhas percebemos desejos, frustrações e até fúria em relação às ações desenvolvidas no dia do evento. Freitas escreve com a finalidade de atrair e envolver os que leem por meio de uma narrativa saudosista, fantasiosa.

O poder e a sedução remetem ao encantamento do outro que, no registro do falante, tranquiliza-se ao penetrar em sua escuta e aprisioná-lo na teia de significados que a narrativa oferece. O narrador, no momento de sua fala, exerce sobre o outro o poder de seduzir, desviando atenções para as cenas fulgor de sua vida. Assim, a linguagem, a partir da razão narrativa, registra contornos presentes no falar dos sujeitos, demonstrando o acontecido nas dobras do tempo, como um evento que se caracteriza pelo pressuposto da verdade vivida. (FERREIRA; GROSSI, 2001, p.30)

Quase como uma fábula, visualizamos mocinhas, vilões e até um final feliz. Claro, o desejo do memorialista é através de sua narrativa deixar evidente que Parnaíba foi uma cidade mística no passado, nos *Anos Dourados*, e o que restou desse *reino* foram às lembranças dos

eventos vividos, os casais felizes e a eterna comparação que aquele foi um momento que valorizava o que de fato era real e belo.

3.1 Memórias de beleza em concursos

A narrativa de memorialistas nos permite ver personagens que em outras fontes são reproduzidos quanto aos seus feitos em relação à cidade. A própria escrita faz com que o leitor conheça quem está sendo narrado: seu trabalho, contexto familiar e outros pormenores que dão um ar de proximidade entre quem escreve e sobre quem.

No livro *Personalidades Atuantes da História de Parnaíba “Ontem e Hoje”* da memorialista parnaibana Aldenora Mendes Moreira, a autora descreve e narra várias personalidades que marcaram a História da cidade de Parnaíba, naturais ou os que adotaram a naturalidade como parnaibanos. O curioso é que a própria autora e inclusive Rubem Freitas não eram parnaibanos de nascimento, ele era maranhense, nascido em Tutóia, mas que veio residir em Parnaíba (MOREIRA, s/d, p. 285-286). Através das descrições de atividades e da própria pessoa de Freitas, notamos a importância dele quanto colunista social para a cidade.

Freitas vindo de Tutóia – MA iria dar visibilidade a uma cidade que transpirava seus momentos áureos. Segundo Moreira (s/d), a sua habilidade com a escrita e a própria sensibilidade artística e criativa são oriundas de seu crescimento na infância ao lado do mar da Praia da Barra, no qual despertou o seu lado sonhador em sair de sua cidade e procurar novas histórias. Até mesmo o contato com o sacerdócio e a vontade de seguir carreira não foi possível devido às condições financeiras da família que não permitiu dar continuidade a moradia naquela cidade e propiciou a saída definitiva dele e de sua família para o litoral do Piauí.

Na linha do tempo que a autora relata, identificamos alguns momentos importantes na trajetória de Freitas dentro da cidade de Parnaíba, vejamos:

Primeiro emprego – o Office boy - da Firma Mavignier & Cia; começou a conhecer a cidade, fazer amigos, conquistar amizades [...]
 Parnaíba cresceu assustadoramente, se expandia e a vida social, transformava-se: o Cassino 24 de Janeiro era o ponto de convergência da sociedade, oferecendo à família paraibana alegria e lazer, era o que de melhor existia, um Clube bem estruturado e sócios selecionados, frequentado pela elite da cidade;
 Ginásio Nossa Senhora de Lourdes – colégio onde Rubem iniciou os seus estudos [...]; fundou o 1º jornal, mensal e logo o primeiro exemplar estava pronto para circular, cuja consagração viria com o reconhecimento, em versos, no trabalho da poetisa Jennette de Moraes Souza.
 1955 - [...] a trajetória de Rubem Freitas é marcada pelo sucesso, no cenário de Parnaíba, o notável cronista social;

O jornal “Gazeta do Piauí”, cujo diretor era Batista Leão incentivou Rubem, a torna-se um cronista social, dada à carência do momento, em que, o jornal precisava de um profissional, no gênero e que Rubem satisfazia plenamente; nascia o Primeiro Cronista do Estado e, logo mais, outros seguiram, como um exemplo a imitar.

Sua primeira experiência, foi sem dúvida, um sucesso, foi coroada de êxito.

Época de misses: Marta Rocha, a bonita baiana, representava o charme e a beleza brasileira; Chlores Maria Guimarães Fontenele, a beleza paraibana; seu séquito formado por figuras de destaque de sociedade e toda a Diretoria do Cassino 24 de Janeiro, seguiram para Teresina, uma consagração e, Rubem lá estava, na qualidade de jornalista credenciado, registrando tudo com a maior segurança e competência de um veterano.

Da imprensa ao rádio, notável ascensão; entrevistas e outros programas e, logo a seguir o seu próprio programa, onde foi destaque, o toque original: sua voz macia, educada, as notícias divulgadas, as entrevistas, tudo isto fez, conquistar espaço e audiência; escuta obrigatória de seus amigos e admiradores não só, na cidade, como nas circunvizinhanças. (MOREIRA, s/d, p. 286-287)

Presente no Capítulo *Personalidades atuantes na História de Parnaíba*, a memorialista se refere a Freitas como personalidade de grande destaque entre o meio social letrado da cidade e como personagem fundamental para os meios de informação, como os jornais, a rádio e posteriormente até na literatura. O texto de Aldenora Moreira expressa a característica de uma narrativa de exaltação própria dos textos memorialísticos.

Imagem 7 - Rubem de Páscoa Freitas, jornalista e memorialista.



*Primeiro
Cronista
Social
do Piauí*

FONTE: *Personalidades Atuantes da História de Parnaíba “Ontem e Hoje”*, Aldenora Mendes Moreira (s/d)

A narrativa de Freitas é iniciada na primeira pessoa do plural, apesar de se tratar de uma coletânea de artigos sobre os mais variados temas e escritos apenas por ele. Ao usar a conjugação verbal *estamos* nos deixa claro que o evento narrado pelo autor é uma fala/lembrança de todos e que ainda está acontecendo, ou seja, uma lembrança de algo que não passou e que através de sua fala permanece vivo. Uma linguagem muito comum para os memorialistas, ainda mais sobre eventos que presenciaram. No decorrer do texto, suas falas são como lapsos de memórias em que levam o leitor aos dias narrados, às vezes ele nos situa como espectador da cena real através da sua própria experiência, outras vezes ele volta à escrita e descreve, segundo sua perspectiva, o que ocorreu/está ocorrendo.

Estamos no ano de 1957, quando comecei o Colunismo Social, a nível de pioneirismo no Piauí. O concurso Miss Brasil voltava com força, após mais de duas décadas de paralisação. (FREITAS, 2007, p. 53)

Precursor do colunismo social no Piauí, Freitas acompanhou o modismo dos textos produzidos sobre a *society*, principalmente das capitais como Fortaleza. Segundo Santos (2011, p.57) o colunismo social ganha bastante espaço entre alguns meios de divulgação por representar uma pequena parcela da sociedade apresentando e divulgando seus bailes, casamentos, aniversários, compartilhando assim uma ideia de que toda a população local era dessa forma:

O colunismo social tinha nas mulheres alvo preferido, uma vez que eram as damas do *society* principal fonte de inspiração e informação. Ainda de apoio, ou mesmo, de organização de eventos sociais de benemerência e entretenimento, atividades de moda, os concursos de *miss* e outras eleições de beleza feminina na época, sendo que muitos colunistas se imbuíam da tarefa de encontrar, entre as distintas moças da sociedade, a mais adequada para disputar um título de *miss*, ou indicar as senhoras e senhores mais elegantes do ano. (SANTOS, 2011, p.62)

No primeiro parágrafo, o autor relata que o concurso de *Miss* Brasil foi paralisado por duas décadas anteriores a 1950. Segundo a historiadora Lídia Santos (2011, p. 68), “surgidos na Europa, no final do século XIX, os concursos de beleza feminina se tornam populares apenas na segunda metade do século seguinte” e que retornam após suspensos em quase todos os países devido às crises políticas e da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), que disponibilizou uma nova dinâmica social, principalmente para as mulheres. Com os homens sendo enviados para a guerra, alguém precisaria substituir essa mão de obra. O lar deixou de ser o destino único para elas e o trabalho fora de casa passou a fazer parte do mundo das mulheres, especialmente as de classe social mais baixa. Supõe-se que com a preocupação em manter a economia funcionando sem uma boa parte dos homens, os concursos tenham sido paralisados durante a crise que se inicia até mesmo antes da guerra de fato.

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. (BASTOS; REIS, 2012, p. 9)

No Brasil, em 1954, é eleita uma *Miss*, e não apenas um título, a *Miss* 1954 passa a ser uma lenda no que se refere aos concursos de beleza. Sua beleza é a marca dos *Anos Dourados*. Estampou diversas propagandas de beleza, principalmente a facial. Seu corpo

virou molde para as medidas perfeitas da década. Era a queridinha das colunas sociais, revistas e matérias vinculadas ao tema da beleza. Sua participação no concurso de *Miss Universo* virou lenda e até marchinha de carnaval. Percebendo um pouco essa *Miss*, podemos entender o frenesi que foi essa década em relação à estética das mulheres.

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 família”. (BASTOS; REIS, p. 2, 2012)

O desejo de serem perfeitas, a cobrança para assumir *seus papéis*, a vigilância em se manterem fiéis a moral apesar dos concursos. A beleza não está associada apenas à estética, isto é, ela é moral, molda condutas, escraviza a mente a se tornar um ser inatingível. É pela referência dos anos de 1950 que o colunista inicia a sua linha do tempo da beleza.

Martha rocha foi a primeira Miss Brasil, em 1954, e quase era Miss Universo. Sobraram-lhe duas polegadas nos quadris e ela passou para o segundo lugar, sendo Vice Miss Universo, nos Estados Unidos. Era linda demais. (*Id. Ibid*, 2007, p. 53)

Freitas reproduz o discurso que foi vendido. A baiana Martha Rocha, “a mulher que assumiu os sonhos da sua geração” (PÊSSOA, 1993, p. 7), foi eleita *Miss Brasil* 1954 e concorreu ao título de *Miss Universo* nos Estados Unidos no mesmo ano, ficando como vice devido ao famoso episódio das *duas polegadas a mais*, ou o mito que foi criado e perpetuado pela imprensa naquele momento. Santos (2011, p. 68) nos diz que “o concurso de Miss Universo, em Long Beach, a partir de 1952 (o Brasil só viria a participar em 1954, com a própria Martha Rocha), retomava a prática dos certames internacionais de beleza que se mantêm até hoje”. Segundo uma matéria veiculada na revista *O Cruzeiro*:

A inesquecível Martha Rocha, que hoje já se transformou numa lenda e num símbolo, começou uma tradição que tem sido brilhantemente seguida pelas “Misses” Brasil que a seguiram. E neste ano, que é verdadeiramente o ano decisivo de afirmação nacional, as moças que nos representarão no exterior, terão ainda maiores responsabilidades. É necessário, assim, que a fina flor da mocidade brasileira se apresente para esse grande e belo torneio. (FERRAZ, 2011, p.3)

Tudo se encaminha para que *a namoradina do Brasil* ganhasse no exterior, assim a derrota de Martha virou lenda. Os brasileiros, ou a imprensa que acompanhava de perto o

movimentar do evento, não contentes com o resultado da competição tramaram a maior lenda da beleza feminina quanto aos concursos: a beleza da brasileira injustiçada devido ao seu corpo curvilíneo, o famoso *corpo violão* da época. Segundo a imprensa, as medidas da *Miss Brasil* não estavam de acordo com o padrão para o concurso e assim a *Miss Estados Unidos* venceu por duas polegadas a mais. Na verdade, em sua biografia, Martha Rocha fala sobre o ocorrido, onde a própria não sabia ao certo se de fato isso foi real.

Nem eu mesma soube se essa história das duas polegadas teria sido verdade mesmo. Ninguém me apresentou uma versão convincente o bastante sobre o detalhe que ficaria famoso – aquele que foi sem talvez nunca ter sido. Nos Estados Unidos, nunca ninguém tirou as medidas. A única prova que eles fizeram, e dessa eu me lembro bem, foi a dos cabelos. Eles colocaram uma luz forte em cima da nossa cabeça para ver se os cabelos eram pintados... Não era o meu caso. Quanto ao corpo não examinaram.

De fato, em São Paulo, depois do concurso no Quitandinha, me fizeram tirar todas as medidas. Disseram que essa era uma das exigências do concurso de *Miss Universo*. Se os organizadores aqui do Rio realmente mandaram as tais medidas, e se elas foram conferidas e comparadas com as duas outras misses, nos Estados Unidos, eu não sei. Nem sei de ninguém que realmente saiba... (ROCHA apud PÊSSOA, 1993, p. 78)

Verdade ou mito, as duas polegadas podem não ter influenciado o corpo de júri do concurso, mas sim influenciado o corpo social brasileiro daquela época. O que é válido analisar sobre isso é como a não vitória da *Miss Brasil 1954* culminou na desculpa mais rápida e aceitável possível para o momento. Não cabia culpar o júri ou a própria organização do evento estadunidense, mas sim o corpo da mulher. A referência corporal de Martha Rocha até hoje é símbolo dos Anos Dourados. A sua preferência para ganhar o título de *Miss Universo*, até mesmo no exterior, influenciou toda uma geração de mulheres que sonhavam em ser como ela.

Muitas mulheres devem ter todas as medidas certas, enfim. Mas é muito difícil, não é mesmo? É preciso um trabalho duro, musculação, essas coisas todas que inventaram em anos intensos de culto ao corpo. Nunca fiz nada disso, aliás na Bahia nunca existiu essa história de academia de musculação, pelo menos não para a minha geração. Realmente, tinha uma medida maior nos quadris do que no busto. As revistas da época diziam que a Miriam Stevenson teria 24 polegadas na cintura, 36 no busto e 36 também nos quadris. Eu tinha 23 polegadas na cintura, 36 polegadas no busto e 38 nos quadris. Duas polegadas a mais nos quadris do que no busto... Duas polegadas: cinco centímetros: a beleza pode ser calculada com tamanha precisão matemática? Será se os juízes americanos teriam feito essa contabilidade? Pode ser que sim – ou não. (*Id. Ibid*, 1993, p. 78-79)

A própria *Miss* lança o questionamento: *a beleza pode ser calculada com tamanha precisão matemática?* O fato de não ter ganhado o título não fez a sua beleza diminuir, pelo contrário, o mito simboliza um destaque maior para as curvas das brasileiras, uma beleza em outro patamar, que por *injustiça* não foi valorizada fora de seu território, porém a valorização desse mito criou o tipo de beleza em que as mulheres deveriam se encaixar. Era esse o pensamento das revistas da época, de onde o próprio mito surgiu. Segundo Bastos e Reis não passou de uma invenção dos jornalistas que cobriam o evento, no qual, posteriormente, o diretor da revista “O Cruzeiro” revelaria em depoimento no seu livro “*Império de papel – os bastidores de O Cruzeiro*” que o fotógrafo João Martins foi o responsável por inventar o mito.

Foi na qualidade de repórter fotográfico que [...] ele [Martins] viajara para 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 a história como a vencedora moral do concurso. (NETTO, apud, BASTOS; REIS, p. 12, 2012)

O porquê disso é o fato de que Martha Rocha simboliza um tipo ideal de beleza que já estava sendo moldado no inconsciente. O tipo de beleza que tinha suas medidas valorizadas e que acima de qualquer concurso significaria a verdadeira beleza da mulher, a moral aliada ao corpo. Em todas as leituras feitas em relação ao concurso o que está atrelado a beleza, além da estética, é o comportamento dessas mulheres que são observadas e julgadas.

Imagem 8 - Miss Brasil desfilando pelas ruas de Long Beach na Califórnia.



FONTE: Blog Beleza Sergipana. Ver: <http://www.belezaserqipana.com/2015/07/martha-rocha-eterna-miss-brasil.html> Acessado em 09/04/2020.

A *Miss* eleita seria o símbolo da beleza, poderia, assim como a Miss 1954, ficar marcada na história dos concursos, mas de nada valeria sua beleza se não estivesse à altura do que se exigia para as mulheres nesse período. A própria disposição dos eventos marca um tipo de beleza: a da mulher jovial, branca, de boa família, que desejasse, além do concurso, casar e ter filhos. Ganhar o título de Miss era mostrar atender aos requisitos de uma boa moça.

[...] o concurso se transformou num dos grandes acontecimentos do país, uma alavanca para vender os costumes da época. As misses eram o exemplo das moças da moda, modelos do sucesso de uma década – todas integradas à estrutura familiar mais tradicional, mas também capazes de exibir uma atmosfera de modernidade que o Brasil começava a viver nos anos 50. [...] (ROCHA, 1993, p. 57)

Fazer uma breve análise dos eventos de 1954 nos dá uma visão de como ocorreram os concursos posteriores durante a década de 1950, seja no mito, nas escolhas das misses, na disposição dos eventos e nos seus bastidores. Depois do concurso de 54, todos esses ritos de concurso estarão presentes nos próximos eventos: a exaltação da personagem, o destaque de

suas medidas e a cobrança e vigilância por parte dos seus protetores para o júri. Talvez tenha sido por esses motivos que Rubem Freitas iniciou seus relatos sobre os concursos de beleza, devido à semelhança com os acontecimentos nos bastidores do evento.

Freitas irá descrever brevemente as candidatas posteriores aos grandes acontecimentos de 1954. Ele faz uma espécie de análise das belezas das candidatas dos próximos anos e ressaltando em cada *Miss* uma virtude que a destaca.

A narrativa do autor sobre o concurso e toda a descrição estética das participantes é muito condizente com esse momento vivido nos anos de 1950, ou seja, a preocupação com as medidas corporais, a beleza facial e a valorização de manter uma boa aparência eram fundamentais principalmente para as misses, pois elas eram as modelos a serem seguidas, de boa postura, de boa conduta e de boa aparência.

Depois, 1955, entrou Emília Barreto Correia Lima, cearense, também linda, de beleza heráldica, perfil de santa. Diferente de Martha Rocha, que tinha uma beleza chocante. Agressiva. Emília foi a Miss Brasil que teve o melhor comportamento de todos os tempos. E uma vasta cultura. O inglês, dominava-o fluentemente. Em 1956 entrou Maria José Cardoso. Gaúcha, de beleza rara, também agressiva e chocante, quase matava a gente de tanta beleza e uns olhos “pedintes”, daqueles que diziam: “cheguei”. No ano de 1957, foi a vez de Teresinha Morango, amazonense, de origem indígena, pele bronzeada, e uma beleza estonteante, que a todos encantou (FREITAS, 2012, p. 53-54).

Através desses relatos percebemos que juntamente com os acontecimentos que o autor irá narrar sobre os eventos, a beleza e a conduta dessas misses são sempre bem destacadas na sua escrita, estando sempre ao lado da moral que para essas figuras era preciso. O autor salienta que, com exceção de Martha Rocha, todas as outras misses foram a Parnaíba participar de bailes organizados no *Cassino 24 de Janeiro*²⁷.

Emília e Teresinha, trazidas por d. Iracema Pires de Castro, [...] Maria José foi trazida por mim, hospedando-se na Casa Inglesa. Ganhou, também, festa no “Cassino”. O Sepinho era o seu partner permanente. (FREITAS, 2013, p. 54)

Podemos perceber que através dos relatos do autor que ele tinha certa influência sobre esse tipo de evento; todos organizados no Cassino 24 de Janeiro, onde aconteciam os grandes

²⁷ Clube onde aconteciam quase todos os eventos sociais de Parnaíba. Fundado em 24 de janeiro de 1925 em homenagem feita por Parnaíba a cidade de Oeiras, capital do Piauí na época, a adesão ao movimento de independência de 24 de janeiro de 1823.

bailes e cenário de várias passagens dos memorialistas sobre a cidade. *Sepinho* era um dos filhos de uma família importante na região e *partner* é uma palavra de origem inglesa e significa parceiro ou companheiro, muito associado ao par em uma dança.

Além de ter escrever sobre cada *Miss* que passou por Parnaíba e descrever a beleza, destacando a virtude de cada uma, o colunista disserta sobre a trajetória – feliz - de vida de uma em específico, a *Miss* Brasil 1955, que segundo Bastos e Reis (2012, p. 14) “a ganhadora, *Miss* Brasil 1955, foi Emília Corrêa Lima, 21 anos, cearense nascida em Sobral, professora”. Emília seria o exemplo de modelo a ser seguido. Ganhou um concurso de beleza, mas em nenhum momento perdeu as virtudes necessárias e desejadas para as moças daquela época. Ganhar o concurso, mas não deixar isso influenciar no que era considerado o destino de uma mulher, a saber, o casamento. Freitas a refere como *perfil de santa, a que teve o melhor comportamento de todos os tempos*, possuía cultura e falava uma língua estrangeira. E não apenas o colunista, mas as matérias da revista Manchete, que cobriam os concursos, reforçaram esse perfil sobre Emília. Na época, assim relatam Bastos e Reis:

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 “estabelecem, com minúcia, na prática e na arte, o cânion 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.” (*Id.*, 2012, p. 14)

A beleza da *Miss* é comparada à arte. Para além da descrição do repórter, as misses são relacionadas a todos os tipos de arquétipos quando se fala de medidas e proporções perfeitas. Harmonia, simetria e proporção são a tríplice para a unidade da beleza na arte. Da Grécia clássica, filósofos e matemáticos já discutiam as medidas perfeitas, embora em um sentido longe do período analisado e principalmente do presente do qual parte a análise. Umberto Eco analisa a beleza na arte e discutindo proporções e simetrias segundo a especulação pitagórica sobre uma estátua de uma jovem mulher sorrindo, pintada no século VI a. C., nos diz que:

Os pitagóricos explicariam que a donzela era bela porque um justo equilíbrio dos humores emprestava-lhe um colorido amável, e porque seus membros entretinham

uma relação justa e harmônica, dado que eram regulados pela mesma lei que rege as distâncias entre as esferas planetárias. (ECO, 2014, p. 73)

A beleza na Grécia Clássica era tida como cósmica, o artista que esculpia a imagem de uma mulher estava preocupado em distribuir por igual a proporção e simetria de sua beleza em certas medidas, “o artista criava iguais os olhos, igualmente distribuídas as tranças, iguais os seios e de justeza equivalente pernas e braços, iguais e rítmicas as dobras da veste, simétricos os ângulos dos lábios [...]” (*Id. Ibid*, 2014, p. 73-74). Diferente do escultor ou pintor, utilizando de sua ferramenta, o repórter usou a escrita para falar de simetria e proporção em seu tempo, usando a estética da mulher mais bonita do Brasil no ano de 1955. Ele recorre a Da Vinci e Dürer, que inspirados por Vitruvius²⁸, pintaram as proporções do corpo humano, o conhecido *Homem Vitruviano*.

Para o repórter Darwin Brandão, a beleza é matemática e isso ele deixa claro, citando frei Luca Pacioli, que pesquisou durante a sua vida aritmética, geometria e proporção do corpo humano. Da Vinci foi seu aluno próximo e herdou esse pensamento.²⁹ A beleza de Emília é matemática. Ela é além de corporal e natural, mas ligada a mais pura forma da proporção, segundo o jornalista.

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. [...] (BASTOS; REIS, 2012, p. 15)

Bela, recatada e do lar, assim foi o reinado de Emília. Considerada a mais bela entre as misses da década, não apenas por sua beleza natural, mas pelo comportamento e principalmente o desfecho após concurso, o casamento.

²⁸ O arquiteto romano Marco Vitruvius Polião ficou conhecido por colocar a arquitetura como algo intelectualmente palpável e tecnicamente explicável, utilizando de três princípios básicos: venustas (beleza), firmitas (solidez) e Utilitas (utilitário), onde dentro da concepção de belo estaria 3 subdivisões entre ela Proporção; Ritmo e Simetria. Ver: <https://medium.com/mateusduarte/beleza-e-arquitetura-em-vitr%C3%BAvio-5f34bcfd44bc>. Acessado em: 21/08/2021. Simetria. Vitruvius (século I a.C.). *De architectura*, III, 1. A simetria é a harmonia apropriada que emerge dos membros da própria obra e a correspondência métrica que resulta das partes separadas em relação ao aspecto da figura por inteiro. [...] A simetria nasce da proporção que os gregos chamam de analogia; nenhum edifício pode ser ordenado de modo adequado sem analogia com a justa proporção do corpo humano (ECO, p. 75, 2014).

²⁹ Sobre o Frei Luca Pacioli ver: <https://www.accpr.org.br/frei-luca-pacioli/>. Acessado em 22/04/2020.

Emília, inclusive, aqui conheceu o Major Wilson de Santa Cruz Caldas, do Exército Brasileiro, que viera moralizar a Estrada de Ferro Central do Piauí, cabide de empregos e arranjos políticos de alta corrupção. [...] O Major se apaixonou por Emília e tudo ficou combinado. Depois que ela entregasse o título de Miss Brasil, no ano seguinte, assumiriam compromisso. Casaram-se e vieram morar em Parnaíba. Ainda hoje ela, Emília, se comunica e manda lembranças para, como ela diz, “o meu amigo Rubem Freitas”. Seus netos são artista de televisão. (FREITAS, 2007, p. 55)

De todas as *misses* que passaram pela cidade de Parnaíba, na narrativa do colunista, Emília foi a que teve mais aproximação com ele, nota-se por sua descrição. Emília teve o tão sonhado e desejado final feliz da época. Um título de beleza, o destaque de sua moral e o casamento com um homem importante na sociedade, além de ser militar, que também era uma imagem exaltada no contexto. Os desfiles não só escolhiam a mais bela, mas abriam caminhos para espaços onde se poderia construir um futuro considerado promissor.

[...] Uma vez bem utilizadas, tais qualidades proporcionam a oportunidade de ascensão social – que praticamente se resumia ao casamento com um homem rico – tão ansiado pelas candidatas a *misses*. [...] 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 garantia a permanência do aval da sociedade da época. (BASTOS; REIS, p. 8, 2012)

Beleza heráldica, perfil de santa, beleza chocante e agressiva, beleza rara, beleza estonteante são referências para se valorizar a figura da mulher quanto a esses concursos. Dessa maneira, percebemos, através do discurso de Freitas, a necessidade de destacar e valorizar perfis que para aquela sociedade era de suma importância. Podemos visualizar ainda mais quando ele se refere ao contexto estadual do concurso:

no âmbito estadual, o concurso começou no ano de 1956 e o Piauí mandou Teresinha Alcântara para o Miss Brasil. Linda, meiga sorriso doce e afável, dentes à mostra, traços bem juvenis, garota demais. Encantou não só pela beleza, também pela graciosidade e simpatia (FREITAS, 2012, p.55).

Teresinha esteve em Parnaíba em um dos famosos bailes que aconteciam na região e reunia toda a classe alta da cidade. A festa de recepção também envolvia outro evento de beleza.

Eu a trouxe a Parnaíba, para coroar a Rainha dos Estudantes, Diana Miranda, em grande baile no “Cassino”. A festa era do Centro Estudantil Parnaibano, de que eu era o presidente. A hoje ACEP. O povo quase enlouquece com a beleza e a

graciosidade de Teresinha. Foram três, quatro dias de festas e de homenagens de todas as camadas sociais. (*Id. Ibid.*, 2012, p. 56)

Miss Universo, *Miss* Brasil, os concursos em âmbito estadual e municipal, existiam ainda outras disputas que aconteciam paralelos aos mais famosos. Eleger a beleza feminina estava entre todos os tipos de evento organizados naquela época, muito semelhante aos que acontecem atualmente.

Freitas narra a recepção da *Miss* Piauí 1956 em outro evento da beleza em Parnaíba, o concurso de *Miss* Estudantil. Anterior a década de 1950, outros concursos também faziam muito sucesso na cidade. O período que vai de acordo com a prosperidade econômica influenciou a realização desses eventos sociais da beleza. Escolher a candidata que tinha a beleza, que significasse o evento, se tornou moda na cidade.

Da festa restaram as lembranças do colunista e a fotografia desse encontro. No baile as figuras que se destacam são para onde os holofotes estão apontados. Teresinha Alcântara, Diana Rocha, Chlórís Fontelene e uma moça não identificada são as mulheres que os homens estão a cercar. Na fotografia duas das mulheres se destacam através dos sorrisos, a *Miss* 1956 e a futura *Miss* 1957. O evento era a coroação de Diana Rocha, que exibia um sorriso tímido juntamente com a moça não identificada. Talvez pegas de surpresa pelo fotógrafo, apesar de estarem em pose, mas assim como os sorrisos, o destaque da foto é Teresinha e Chlórís. A foto marca o encontro entre as duas representantes mais famosas da considerada beleza feminina dos anos dourados piauienses. Um ano depois Teresinha passou a coroa e o título de mulher mais bela da região para Chlórís Maria Guimarães Fontenele, a *Miss* Piauí 1957.

Imagem 9 - Recepção à Miss Piauí Teresinha Alcântara em 1956.



Fonte: Parnaíba das antigas / Arquivo pessoal de Lúcia Machado.³⁰

As fotografias da época nos dizem muito quando aliadas a narrativa de Freitas. Agora as fotos aparecem ao longo desse texto não só para ilustrar o evento ou associar a lembrança do colunista, mas como objeto histórico que está sujeito a análises. Na historiografia muito se discute sobre a utilização de imagens, sejam elas fotografias ou obras de arte. Algumas vezes elas aparecem no decorrer do texto apenas como fonte ilustrativa para tornar a história descrita visível ao leitor. Esse caminho provavelmente é o mais fácil a ser seguido.

Logo Rubem Freitas escreveu sobre sua lembrança da presença da Miss 1956 em Parnaíba, na coroação de Diana Rocha onde estava presente Chlórís Fontenele e sobre esse fato temos disponibilizada uma fotografia do acontecimento. Mas ver as imagens apenas para comprovar ou tornar mais agradável e ilustrativo o texto tira todo o sentido e importância de seu valor histórico, pois para Walter Benjamin a imagem tem a função de desmontar a história, “já que ela sobrevive, e sobrevivendo ela monta e desmonta o tempo. A imagem será então a malícia visual do tempo na história” (In CAMPOS, 2016, p.96). Diante da variedade de imagens que se dispõem para o historiador analisar, a fotografia talvez seja a mais desafiadora. Segundo Ana Maria Mauad:

³⁰ Moradora de Parnaíba. Seu pai é um dos homens presentes na foto e publicou a foto no grupo do Facebook denominado de *Parnaíba das Antigas*.

[...] entre o sujeito que olha e a imagem que elabora há muito mais que os olhos podem ver. A fotografia - para além da sua gênese automática, ultrapassando a ideia de analogon da realidade - é uma elaboração do vivido, o resultado de um ato de investimento de sentido, ou ainda uma leitura do real realizada mediante o recurso a uma série de regras que envolvem, inclusive, o controle de um determinado saber de ordem técnica. (MAUAD, 1996, p. 3)

A fotografia eterniza o acontecimento. Ela é capaz de *tornar fixa* uma situação, ação e reação de um lugar ou de quem aparece nelas. Não devemos esquecer as fotografias produzidas, as que possuem um direcionamento para serem realizadas, as que não são espontâneas. Diferente da era da *selfie*, da escolha instantânea da melhor pose, em outros tempos as fotografias, apesar de também possuírem uma forma de ser produzidas, pode nos revelar pormenores da ação onde se passa e possivelmente até de seus sentimentos:

[...] há que se considerar a fotografia como uma determinada escolha realizada num conjunto de escolhas possíveis, guardando esta atitude uma relação estreita entre a visão de mundo daquele que aperta o botão e faz ‘clic’. É, justamente, por considerar todos esses aspectos, que as fotografias nos impressionam, nos comovem, nos incomodam, enfim imprimem em nosso espírito sentimentos diferentes [...] Apreciamos fotografias, as colecionamos, organizamos álbuns fotográficos, onde narrativas engendram memórias. [...] (*Id.*, 1996, p. 4-5)

Dessa fotografia podemos perceber o valor que a presença das mulheres tinha sobre os outros convidados do baile. Os homens não estavam olhando para a câmera ou em uma pose próxima as mulheres, inclusive um está ao lado de Teresinha Alcântara e a olha fixamente, talvez deslumbrado com a figura daquela mulher. O grupo está próximo a uma janela, que segundo o memorialista Carlos Araken, era o espaço mais privilegiado no salão. Nota-se que ao redor das quatro mulheres existe apenas a presença de homens. Teresinha está ao lado de Diana, que está ao lado de Chlórís. As três representantes da beleza na região do Piauí eram feitos troféus para esses homens.

3.2 A ninfa da beleza: o concurso e a imagem das mulheres

Ninfas, deusas, musas e heroínas. Desde a antiguidade no Ocidente, as formas de se referir à beleza de uma mulher são fazendo referências a seres mitológicos: ninfas, musas, deusas e sereias. Sejam nas grandes aventuras narradas pelos poetas e pensadores gregos ou nas declarações dos escritores de nossos tempos – jornalistas, colunistas – essa relação de “mulher-divindade” não mudou muito, embora o que se considera belo tenha mudado com o passar dos tempos.

Segundo Naomi Wolf “a beleza não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja que todos os ideais de beleza feminina se originam de uma Mulher Ideal Platônica” (WOLF, 2019, p. 29). O que mudou foram as formas de se reconhecer e categorizar quem é bela por natureza, ressaltando que a beleza está relacionada com a forma mais pura: *nascer bela, beleza vem do berço*; essas são frases que rondam o imaginário social³¹ quando se trata de analisar e enquadrar quem é bela ou feia.

Passados alguns séculos, o significado de beleza vai mudando de acordo com o caminhar da sociedade, com seus desejos e anseios. Em cada período da história, pode-se observar como essa temática é estimada: seja com pudor ou até libertina, seja com represálias ou com revolução; a beleza se transforma e quem marca isso é o corpo:

A Ninfa Moderna sob um olhar menos audacioso, mais evidente. A atividade de procura da Ninfa no local onde ela nunca tenha de ser. Quiçá no local em que, de certa forma, ela nunca tenha deixado de estar. O local onde ela jamais tenha cessado suas aparições. O belo corpo feminino. Estonteante, fascinante, irradiante. [...] O belo corpo feminino. Uma das grandes imagens da ocidentalidade na longa duração. (CAMPOS; 2013, p. 29)

Não só o corpo físico, mas o social. A escolha do período é em relação a esse movimento, onde falar de beleza não é somente falar de estética. Segundo Eco: “é possível que além das diversas concepções da Beleza existam algumas regras únicas para todos os povos em todos os séculos.” (ECO, 2014, p. 14)

Anterior a década de 1950, a beleza mais cara a ser conquistada – para quem não nascia agraciada por esse *dom* - era a beleza facial. Nesse momento, anterior ao surto da indústria cosmética, era valorizada um tipo específico de estética facial: pele alva, branca, traços finos e angelicais, o que não vai mudar muito na passagem entre as décadas. Com isso ocorreu o aumento da veiculação de cremes faciais destinados a manter ou ajudar a quem precisava um pouco mais de esforço para se encaixar nesse padrão. As mulheres para quem esses anúncios se destinavam eram as que o significado de beleza estava associado ao lar.

Os anos dourados são herdeiros de uma geração que associava a beleza ao bom comportamento feminino. As *Rainhas do Lar* – mulheres brancas da classe média e alta – viam suas belezas serem questionadas e delimitadas ao universo familiar, do marido e filhos; e para as solteiras, as regras dos pais e o tão sonhado casamento. Ou pelo menos era isso o

³¹ Categoria de análise baseada na ideia de mentalidade e na longa duração em um meio coletivo. De acordo com Baczko está associado ao conjunto de representações coletivas associadas ao poder. Ver: MAGALHAES, Wallace Lucas. O imaginário social como um campo de disputas: um diálogo entre Baczko e Bourdieu. *Albuquerque* – revista de história. vol. 8, n. 16. jul.- dez./2016, p. 92-110.

que se esperava de uma boa/bela moça. Chegamos à década de 1950 carregados de antigos costumes, mas cheios de novidades. Além da beleza facial outras partes do corpo também começam a ser notadas e padronizadas: medidas perfeitas para um corpo perfeito e uma mulher ideal. Em nenhum outro momento a medida da beleza foi tão aclamada.

Vale lembrarmos, não é perdida a relação mítica entre mulher e beleza. Em vários momentos e discursos essa relação será enaltecida, além da própria *Rainha do Lar*, reinando e ainda mantendo o padrão que se esperava de uma mulher; assim como na mitologia, Héstia era a senhora do lar e é pouco lembrada como divina.

Deusa do lar, da família e da arquitetura era a ela que se destinava a harmonia familiar. Trazemos para o ocidente moderno a “naturalização de que o caráter de gestão doméstica e a organização do lar pertence à mulher” (NOGUEIRA; 2017, p. 22). Nessa relação *mulher-beleza-divindade*, que segundo a mitologia cada deusa estava associada a um lugar, onde as musas da beleza, amor e juventude são as mais disputadas e nas quais esses arquétipos são propagados até os tempos atuais. Ser jovem e bonita é o que se espera das mulheres.

O ideal da beleza buscado na Antiguidade inaugura tempos e artes renascentistas. E como tal, perduraram não apenas no imaginário como nas imagens ocidentais. A sobrevivência o ideal clássico de beleza pode ser também notado na sobrevivência de suas deusas e ninfas. Mulheres e suas muitas e novas aparições imagéticas. (CAMPOS, 2013, p.34)

E qual ser mais próximo dos traços divinos nesses tempos? A mulher vista como a mais bela, agraciada pela natureza ou uma figura de deusa: a *Miss*. A personagem principal para essa discussão personifica as três imagens. Ou pelo menos podemos usar esses arquétipos em relação ao papel que exerceu. Uma deusa segundo a mitologia grega, uma musa para os que estavam ao seu redor, e uma representante da beleza feminina – *Miss* – para o evento que concorreu. Imagens reformuladas para novas personagens, mas com atribuições antigas.

Para a época, a Miss era representante não só da beleza, mas também da sobriedade, da elegância, e da pureza. Dela se esperavam o refinamento dos gestos, da fala, a doçura do olhar e do sorriso, assim como a brandura e a espiritualidade. A sofisticação sem afeição, o espírito solidário sem ufanismo ou partidarismo e a elegância na simplicidade faziam-na uma mulher de comportamento moral apurado. Como a Miss não era exatamente uma modelo ou manequim, uma vez que o título não lhe estabelecia uma profissão, seu papel era de representante do Estado ou País, em período específico. Assim como de chefe de Estado ou de emissário político, esperava-se conduta ética irreprovável até o fim do mandato, sob pena inclusive de perda do título, comprovando qualquer deslize. (SANTOS, 2011, p. 72)

Baseado na mitologia grega, Clóris é a deusa grega da primavera e das flores, na Roma é conhecida como Flora e possui um evento chamado Florália, no auge da primavera, e é uma das comemorações mais antigas. Foi representada na obra renascentista *A primavera* ou *Alegoria da Primavera*³² (1478) de Sandro Botticelli³³, também aparece em outra obra do pintor *O Nascimento de Vênus*³⁴ (1482-1485).

A primeira obra retrata o momento em que a ninfa Clóris é sequestrada por Zéfiro (o Deus do vento do oeste) e se transforma em Flora, a deusa da primavera (SILVA, 2017), na segunda obra a ninfa Clóris aparece cercada por flores e voando abraçada ao Deus Zéfiro que sopra em direção a Vênus que se encontra sob uma concha e acaba de nascer da espuma do mar. A cena, além das outras composições é o que torna o quadro ainda mais belo, possui a ideia de movimento e é uma das características do autor ao retratar os dois temas.

No canto direito do quadro *A Primavera* de Botticelli, ocorre uma perseguição erótica. Um rapaz persegue uma jovem na qual saem flores pela boca. A ninfa perseguida é identificada por Warburg como Flora e o perseguidor como Zéfiro. Nos *Fastos* de Ovídio há uma passagem na qual Flora é alcançada por Zéfiro, personificação do vento do oeste. Ele a toca e Flora recebe o dom de transformar em flores tudo o que tocasse. (MARCELINO, 2014, p.91)

³²GalleriaDegliUffizi, Florença, Itália. <https://www.museusdeflorenca.com/galleria-degli-uffizi/> Acessado: 05/03/2021.

³³*Clóris a deusa da primavera*. <http://visaoderebeca.blogspot.com.br/2013/10/cloris-deusa-da-primavera.html> Acessado: 29/03/2020.

³⁴<https://www.culturagenial.com/quadro-o-nascimento-de-venus-botticelli/> Acessado: 05/03/2021.

Imagem 10 - Flora, Chloris e Zéfiro. Alegoria da Primavera (detalhe) 1478, Sandro Botticelli. Galleria Degli Uffizi. Florença, Itália.



FONTE: Pinterest. In: <https://br.pinterest.com/pin/432978951659684584/>. Acessado em: 21/08/2021.

Imagem 11 - Zéfiro e Clóris sopram violetas. O nascimento de Vênus (detalhe) 1485, Sandro Botticelli. Galleria Degli Uffizi. Florença, Itália.



FONTE: Blog De arte em Arte. In: <https://deniseludwig.blogspot.com/2018/10/arte-renascentista-botticelli-primavera.html>. Acessado em: 21/08/2021.

Clóris, a ninfa e posteriormente deusa da primavera grega, é uma personagem da mitologia. A *Miss* dos anos dourados será a personagem real narrada por um colunista. As duas personagens estão tão distantes da realidade, mas não do imaginário. Suas belezas são pintadas e narradas por homens. A primavera se dá a partir do sequestro da ninfa. O título de *Miss Piauí* surge a partir das aparições nos bailes do Cassino. De ninfa a deusa; de boa moça de família a *Miss*.

Esse era o imaginário dos anos de 1950, a exaltação da imagem de mulheres através de suas belezas como seres divinos, as nascidas no Olímpio contemporâneo da época, que tinham seu valor de beleza nato e que para conquista-los seria um sacrifício válido para as que estavam fora dos padrões ditados. “Quando e onde a ninfa cessará suas aparições?” indagou Daniela Campos em suas pesquisas sobre a incorporação da imagem da ninfa nas modernas *pin-ups* de Alceu Pena, onde a autora nos diz que “ela se remodela, se redefine, se transforma, se esconde” (CAMPOS, 2016, p. 99). Nas fotografias das revistas femininas, nas propagandas de produtos destinados ao lar, posteriormente na veiculação de cosméticos e nos concursos de beleza feminina, a ninfa se modernizou.

Imagem 12 - Chloris Guimarães, Miss Parnaíba 1957



FONTE: Imagem em exposição no Instituto Histórico e Genealógico de Parnaíba.

Chlórís Maria Guimarães Fontenele é a *Miss Parnaíba e Miss Piauí 1957*. Com um nome repleto de significados, ela foi um dos símbolos de seu tempo, a marca de uma sociedade que prezava e privilegiava padrões estéticos nas mulheres através de seus corpos e suas belezas. A conquista do título de *Miss* em 1957 deu visibilidade a parnaibana até o concurso de *Miss Brasil*, no qual não chegou a ficar entre as finalistas, mas nos deu a chance de hoje problematizar discursos que envolviam as mulheres e o imaginário social da cidade, dado a fonte que é analisada neste capítulo, além de ter animado as ruas de Parnaíba e região:

No ano de 1957, quando se falava no concurso Miss Piauí falava-se, logo, de Chloris Maria Guimarães Fontenele, a mais nova de uma série de oito moças bonitas, filhas da poetisa Evarinta Guimarães Fontenele, viúva de Eduardo Saldanha Fontenele. As moças lindas eram: Fides, Spés. Charitas, Vérítas, Themis Teresa, Lília, Ceres e Chloris. D. Evarintha só tinha um varão: Regis, o caçula da família. (FREITAS, 2007, p. 56)

Freitas inicia sua descrição sobre o evento fazendo uma apresentação do círculo familiar da futura *Miss Piauí*, uma maneira de traçar de onde vinha e o porquê de Chlórís ter se tornado a *Miss*, já que mais a frente o jornalista deixa claro que diferente do concurso parnaibano, esse irá acontecer para escolha do *Miss Piauí* em Teresina. Uma vez que Chloris é indicada ou *aclamada* a *Miss Parnaíba* sem ter passado por uma competição com outras concorrentes:

E todo mundo se voltou para Chloris, que custou a aceitar a candidatura ao título de Miss Piauí, pois para Miss Parnaíba já estava, ex-officio, aclamada. Não só pela sociedade, mas por tudo o que a cidade tinha de seletivo e representativo. E o próprio povo, o povão.
A imprensa tomou, de imediato, posição direta em torno da mais linda parnaibana de todos os tempos. (Id. Ibid., 2007, p. 56-57)

Notamos que o autor tenta explicar a maneira de como ela é indicada ao título, e *o que a sociedade tinha de mais seletivo e representativo* foi o grupo que tornou sua indicação viável. Supomos que seja o mesmo círculo social que a família de Chlórís era representante.

Como forma de tornar sua representatividade coletiva, ele cita que a aclamação dela para a competição regional veio também do *povão*. Sabe-se de que na cidade houve uma efervescência social quanto à competição e para nossa análise, qualquer que fosse a indicada, o povo seria incentivado a levantar torcida por ser a representante oficial da beleza parnaibana, uma cidade que desejava ter visibilidade.

Além da imprensa da época, os próprios proprietários dos jornais escreveram sobre a campanha da *Miss Parnaíba*, “eram jornalistas brilhantes e atuantes, se solidarizaram à campanha e escreveram coisas bonitas em torno de Chloris [...]” (*Id.*, 2007, p.57). Semelhante ao que aconteceu com Martha Rocha no concurso em 1954, a imprensa toma um papel bastante importante quanto à veiculação e divulgação dos acontecimentos sobre o concurso. Para Martha foi a mitificação das duas polegadas a mais, para Chlórís foi a ascensão ao título de *Miss Piauí*. Perceberemos, mais à frente, na narrativa do colunista, que entre a camada de jornalistas na capital, a *Miss Parnaíba* já era tida como *Miss Piauí*.

Partindo de que o discurso de Freitas privilegiava a candidata parnaibana, afinal ele estava nos bastidores do concurso e tinha proximidade com a candidata. Tomamos essa informação com cautela, problematizando a sua veracidade. O discurso de Freitas realmente narra como aconteceu os bastidores do concurso ou ele diz o que os parnaibanos desejavam ouvir sobre a sua candidata? Tornando a história mais romantizada e cheia de desafios a serem enfrentados antes do *gran finale*?

Após o baile no Cassino, Freitas descreve todos os participantes da comitiva que acompanhariam a Miss Parnaíba até Teresina para a realização do concurso. De avião e carro, parnaibanos e parnaibanas saíram para torcer pela representante da beleza de sua cidade, entre eles,

- Sr. Francisco Florindo Pires de Castro, Presidente do “Cassino”, e esposa, d. Iracema; Dr. Marc Theophile Jacob, Sr. Sued Frazão e d. Edenir; estudante Rubem Freitas, presidente do CEP; Miguel Rodrigues Caldas, jornalista Batista Leão, representando todos os jornalistas da cidade [...]
- Chloris levou sua mãe, d. Evarintha e a irmã Vêritas, com o esposo Miguel Nascimento.
- De carro e de ônibus foram vários parnaibanos, inclusive e principalmente os casais Spés e Carlos Carvalho, Esther e Darcy Mavignier, d. Matilde Furtado e a filha Yolanda, Arnaldo Caldas, José Borges, entre outros jovens da sociedade. (FREITAS, 2007, p. 58)

Outros nomes são citados no trecho, mas para nós vale destacar esses: o presidente do Cassino, um estudante e um jornalista. Qual o interesse em um evento desses para esses personagens? Dar visibilidade a cidade, ao Cassino ou ao próprio ego.

A comitiva foi rumo Teresina para fazer torcida a Chlórís no concurso. Mais que uma comitiva, segundo Freitas, eles formaram verdadeira escolta em torno da *Miss*. Nesse enredo que narra não somente a trajetória do concurso, mas o imaginário de um parnaibano que esteve envolvido diretamente com o evento, o discurso de Freitas é a narrativa dos vencedores:

Em Teresina, a recepção foi linda, surpreendente. O povo todo postado no Aeroporto, querendo ver, conhecer e aplaudir, também torcer pela vitória da linda paranaibana. Impressionante. De cada colégio, uma Comissão, bem numerosa, de estudantes. A palavra de ordem, de todos, quando Chloris passava e acenava para eles, era “já ganhou, já ganhou”!

[...] “Meninos eu vi”

Mas nunca vira, nem vi depois, receptividade mais bonita do que naquela. E olhem, já tenho ida a muitas, muitíssimas... (Id., 2007, p. 59)

Segundo o relato, uma boa parcela de teresinenses se reuniu no aeroporto para a chegada da Miss Parnaíba. Como uma super *star*, Chlórís chegou a Teresina sob a curiosidade de todos os segmentos sociais para ver a possível ganhadora do título. Os concursos de beleza naquela época tinham um prestígio maior do que os que ocorrem atualmente. Dessa forma, podemos observar através desses discursos e até mesmo das fotografias, paralisava cidades, envolvia uma boa parte da população para torcer pela candidata de sua terra. Semelhante ao que hoje são as competições de futebol, por exemplo, mulheres desfilando em trajes finos e roupas de banho era a sensação do momento. Torcidas se levantavam, pessoas se reuniam para prestigiar suas chegadas. As misses viravam modelos de mulheres a serem seguidas: como mulheres bonitas e cultas, que após o título se casando, não deixariam de reinar, se tornariam a rainha de seus lares, maridos e filhos. O conto dos anos dourados:

Teresinha Alcântara, Miss Piauí-1956, presente ao Aeroporto, entregou à nossa representante um bonito ramalhete de flores, após os cumprimentos de boas-vindas. Em nome da Colônia Paraibana, Dourila Veiga, então garota, entregou, também, outro ramalhete de flores à beleza de Parnaíba. (Id., *ibid*, p. 60-61)

Imagem 13 - Miss Piauí 1956 e Miss Parnaíba 1957, recepção a Chlóris no aeroporto de Teresina.



FONTE: Arquivo da família de Chlóris cedido à pesquisadora.

O menino que fita o horizonte ao lado posa para o fotógrafo com a mão na cintura. Mulheres que detêm os olhos sob a face de Chlóris (de chapéu). Através da fotografia, percebemos a aglomeração que se formou no aeroporto. Homens, mulheres e crianças disputavam um lugar próximo as duas mulheres que posavam para a foto. Além de Teresinha, já conhecida de Chlóris, outros nomes de destaque teresinense também foram fazer recepção a parnaibana:

Estávamos no Aeroporto de Teresina. Era dia 18 de maio de 1957, onde estava toda a oficialidade estadual e a colônia Paraibana, para receber Miss Parnaíba, Chloris Maria Guimarães Fontenele.

O prefeito da Capital, Dr. Agenor Barbosa de Almeida; o representante do Governador Jacob Manoel Gayoso e Almendra; O vice-Governador do Estado, Dr. Ferreira de Castro; o Presidente do Clube dos Diários, Dr. Pires Gayoso; o jornalista José Lopes dos Santos, e o Dr. Valdir Guimarães, Diretor-Presidente da Rádio Difusora de Teresina. (Id., ibid, p. 59-60)

Na fotografia é possível ver o avião atrás das misses e da multidão. Chlóris segura um buquê de flores e ao seu lado está a *Miss Piauí* 1956 e o prefeito de Teresina. A fotografia está

autografada por Chlórís e diz: “*Para você com o meu abraço Chloris Maria Miss Piauí 1957*”.

Imagem 14 – Chegada em Teresina.



FONTE: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

No aeroporto o prefeito discursou para os presentes e entregou a chave da cidade à Chlórís, segundo Freitas. Toda a descrição que fazemos aqui do que antecede o evento e o próprio evento são frutos da narrativa do colunista. Sabendo que o seu discurso não é imparcial.

3.3 “*Salve Miss Piauí*”: Chlórís Maria Guimarães Fontenele

A única fala que temos de Chlórís é a transcrita por Freitas no seu livro.

Chloris, agradecida e feliz, ao usar o microfone, disse:
 “Agradeço, sensibilizada, esta manifestação de apreço que fazem, neste instante, o povo e as autoridades de Teresina, como homenagem à representante da beleza feminina de minha terra, e deixo aqui patenteada a minha imorredoura gratidão, que é, também, a gratidão da mulher parnaibana.” (FREITAS, 2007, p. 61)

A fala de Chlórís é redigida para uma geração de mulheres. Mulheres que disputavam o título para exibir sua beleza e seus valores não apenas para sua satisfação pessoal, mas para a satisfação de todo um grupo.

Imagem 15 - Cortejo de Misses, 1957.



FONTE: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

Na imagem original é possível ver o autógrafo de Chlórís para Murilo Ferreira: “*Murilo meu sorriso para você Chloris Maria Miss Piauí 1957*”. Rodeada de flores e populares, as misses desfilaram em cortejo na cidade de Teresina. A figura de Chlórís, ainda como *Miss Parnaíba*, causou bastante efervescência na cidade. Apesar de o concurso acontecer em âmbito estadual, apenas Parnaíba e Picos enviaram candidatas para concorrer à competição, os teresinenses pareciam fazer torcida a *Miss Parnaíba*, seguindo o mesmo pensamento do colunista. Devido a indisponibilidade de fontes que possam ampliar nossos questionamentos e nossa visão sobre a competição, não podemos afirmar se a *Miss Picos* recebeu o mesmo tratamento de boas-vindas quando também chegou a capital:

organizado o cortejo que levaria Chlórís e sua comitiva ao centro da cidade, saímos do Aeroporto sob frenéticos aplausos do povo teresinense, tendo os carros que

acompanhavam a comitiva feito um desfile pelas ruas centrais de Teresina, o qual terminou na porta do Hotel Piauí, onde ficamos hospedados. Todas as dependências do Hotel estavam apinhadas de espectadores, que desejavam conhecer, cumprimentar e aplaudir a nossa Miss que, na medida do possível, a todos procurava atender. (FREITAS, 2007, p. 61-62)

Miss Parnaíba e sua comitiva se hospedaram em Teresina e viveram como celebridades. Pessoas se aglomeram nas ruas para ver o cortejo, pedidos de autógrafos, fotógrafos acompanhando as misses; a chegada dos parnaibanos aumentou o sentimento de competição em relação ao concurso e a tarde tumultuada ainda era o princípio de uma noite agitada. Freitas relata que levou “muitos cartazes pequenos, com a fotografia de Chloris, que foram distribuídos ao público. E todos queriam um autógrafo, pediam insistentemente. Chloris não teve tempo, à tarde, de repousar” (FREITAS, 2007, p. 62).

Imagem 16 - Autógrafo da Miss Parnaíba. Chloris autografando em 1957.



FONTE: Arquivo da família de Chlórís cedido à pesquisadora.

Olhares que eternizam um momento, o do fotógrafo e de quem estava presente. O fotógrafo captura duas mulheres e um homem que se destacam em meio a multidão que nos observa: os olhos do passado que nos olham no presente.

Freitas narrou como ele era uma espécie de animador e organizador do evento, distribuiu ao povo imagens da *Miss Parnaíba* para ser vista e quem sabe autografada. Se pudermos observar bem, a foto que ela autografa é a Imagem 12 desse capítulo e a mesma que

está emoldurada com o título de *Miss Parnaíba 1957* sob a parede do Instituto Histórico e Genealógico de Parnaíba que exibe as mulheres que ganharam os concursos de beleza na cidade.

Imagem 17 - Misses na varanda. Miss Piauí e Miss Parnaíba na varanda do atual Luxor Hotel, 1957.



FONTE: Parnaíba das Antigas/Facebook. Ver: <https://www.facebook.com/groups/parnaibadasantigas>. Acesso: 04/04/2020.

Para além da análise do concurso, essa pesquisa se detém para a padronização estética das mulheres nos anos 1950 centralizada na imagem de uma *Miss* de uma cidade do litoral piauiense. A descrição do concurso se dá pelo fato de que temos que entender como as relações de poder vão acontecendo para a chegada de Chlóris a competição. Durante aquele período, assim como seus corpos, as medidas das mulheres iam de física para social. Chlóris é uma mulher da sociedade, percebemos isso ao longo da narrativa de Freitas, sob os eventos que antecedem o concurso, o desfile e sua própria história. Filha de boa família - e o adjetivo *boa* está também em relação socioeconômica – possui boa educação e conduta moral; a pele branca, na flor de sua juventude possui o corpo símbolo dos anos dourados:

Cintura fina, quadris largos, ombros roliços, seios insinuantes, pernas grossas e bem torneadas: o ideal da beleza feminina durante a década de 1950 sugeria volúpia, mas ao mesmo tempo maciez e conforto. Isso não era uma novidade. Várias vezes na história, o universo erótico acolheu a preferência masculina por mulheres com

formas curvilíneas e fartas. Logo após a Segunda Guerra Mundial, esse antigo ideal foi realçado no cinema, na publicidade e nos concursos de miss.” (SANT’ANNA, 2013, p. 114)

Observamos na fotografia a estética das duas misses. Teresinha ganhou o concurso em 1956 e Chlórís disputava no ano de 1957. Assim como a *Miss Picos*, que veremos ao longo do texto, todas elas possuíam as medidas semelhantes a de Martha Rocha em 1954. Entendendo que os padrões estéticos não mudam tão bruscamente ao longo de uma década, ao se comparar com o que para nós é considerado *moderno*, vivemos outra realidade.

Imagem 18 - Teresinha e Chlórís desfilando na sacada do hotel.



FONTE: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

Com o impulso de consumir e acompanhar modismos sobre uma situação específica, a geração em que atualmente vivemos é bombardeada constantemente em aderir a um determinado padrão selecionado. Temos os meios de mídia, o discurso veiculado em tempo real, um número elevado de produtos nos quais nos fazem adquirir mais rápido e mudar

constantemente nossa visão e aceitação do que é normal, belo e aceitável. Os anos de 1950, apesar de diferentes, vivia no limiar desse novo mundo.

Temos uma década que se inicia na transição de um tipo de estética feminina para a consagração de outro. Apesar de se idealizar e buscar a modernidade, os discursos veiculados no início dos anos dourados para as mulheres estavam mais destinados ao controle do seu papel social do que para a liberdade de suas ações. Claro que uniformemente esse é um processo que não irá ocorrer em todos os segmentos sociais, mas a imagem ideal que se queria vender era a mulher destinada ao lar. Visualizamos os *anos de ouro*, que importou um comportamento internacional - *american way of life* - lançando Martha Rocha como símbolo da beleza feminina brasileira, inspirada e comparada a artistas do cinema americano. Dessa forma, estamos no ápice do surto de modernidade dos aparelhos eletrodomésticos, eletroeletrônicos e do avanço da indústria de cosméticos.

A influência cultural norte-americana tem no cinema e na música suas principais portas de entrada por aqui. O prestígio dos Estados Unidos aumenta no Brasil ao mesmo tempo que decresce a influência europeia e a valorização de antigas tradições e formalismos. O *american way of life* torna-se modelo invejável entre as classes médias brasileiras. E Hollywood inspira comportamentos e valores, especialmente entre os jovens. (PINSKY, 2014, p. 19)

O corpo da *Miss* 1954 é endeusado, suas medidas viram mito e todas as mulheres desejam ser igual à Martha e possuir e vestir para si o corpo violão. Freitas iniciou sua narrativa do concurso de 1957 descrevendo aquela que foi símbolo de uma era dourada. Então, ao longo da década de 1950, os padrões estéticos e até mesmo sociais não irão variar muito, a exemplo temos o concurso em Teresina.

Assim como aconteceu com a *Miss* Brasil em 1954 no concurso de *Miss* Universo na Califórnia, sua comissão estava prontamente aposta. O episódio das *duas polegadas a mais* se consagrou com a reunião de jornalistas e fotógrafos após o evento para justificar a derrota da brasileira na competição de mulher mais bela do *universo* e assim trazer para os brasileiros a sensação de injustiça com a beleza feminina de sua representante. Chlórís teve a vigília de sua comitiva para a Comissão do concurso e é interessante destacar que uma boa parte dela foi formada por homens, percebemos esse fato não apenas através da descrição nas narrativas, mas também nas fotografias. Segundo Freitas os parnaibanos notaram uma *atividade suspeita* no momento de tirar as medidas das misses em disputa.

No final da tarde, as medidas. Uma Comissão altamente bairrista, se encarregara da missão. Ninguém da comitiva parnaibana poderia ter acesso. D. Iracema Pires de Castro deu o maior “show”, depois de notar que, por trás das cortinas, queriam proteger a Miss concorrente, que não tinha, inclusive, nenhuma condição de concorrer com Chloris. O suborno estava previsto, mas não aconteceu. Os parnaibanos ficamos super atentos até exigentes. O próprio povo, lá fora, protestava. (FREITAS, 2007, p. 63)

A narrativa acima pode ter acontecido, mas também pode ser fruto de um enredo romantizado. Temos a mocinha que disputa o final – quase – feliz, ainda sem previsão de um marido para completar a trajetória de felicidade plena; temos uma comissão – vilã - que segundo o colunista, perseguia a personagem principal e temos a grande noite do baile, local onde possivelmente a *verdade* triunfará. A mentalidade dos anos dourados em ressignificar a figura da mulher e seu papel social, comparando-as a certas figuras (deusas, *pin-ups*, rainha do lar) destinadas a um final feliz é muito presente no discurso daquela época. Revistas e jornais voltados para o público feminino e para toda a família traziam enredos como esse: o bem vencendo o mal, onde a moça que se comportava como deveria sempre seria a que no final encontraria um bom partido e a felicidade total:

Há uma ênfase bastante didática nos “incontestáveis papéis femininos”, especialmente quando se referem às jovens. Se o casamento é considerado a porta de entrada para a realização dos ideais de feminilidade, as moças precisam ser educadas para que não se desviem desse caminho e não escapem do futuro reservado à mulher. (PINSKY, 2014, p. 51)

Temos a imagem de uma *Miss* que, segundo relatos sobre ela, nasceu para estar nesse papel. Sua considerada boa educação não permitiria já ter como dada a sua vitória. Freitas nos diz que antes da realização do concurso à noite, uma comissão formada por jornalistas solicitou a ela ser entrevistada como *Miss* Piauí, mas a sua comitiva não aceitou, onde a própria Chloris pediu que fosse entrevistada como *Miss* Parnaíba.

Imagem 19 - Chlórís antes do concurso, 1957.



FONTE: Arquivo da família de Chloris.

A noite de sábado chega e com ela o tão esperado momento do baile, o concurso. Freitas nos diz que a festa da grande noite foi realizada em homenagem a *Miss Parnaíba* a mando do Dr. Pires Gayoso, presidente do Clube dos Diários em Teresina. Com esse relato já temos como quase dado o resultado do concurso naquela noite. No júri:

escolhido a dedo, estavam integrados: Dr. Pires Gayoso, Dr. Agenor Barbosa de Almeida (prefeito), Desembargador Edgar Nogueira, jornalista e escritor. O. G. Rêgo de Carvalho, jornalistas José Camilo da Silveira Filho e Rodrigues Filho, universitário de Direito Antonio Ribeiro Dias, Coronel Octávio Miranda, Sr. Francisco Florindo Pires de Castro, senhoras Maria Flor Carneiro e Themis Rezende. E Teresinha Alcântara, Miss Piauí que se despedia. (FREITAS, 63-64)

Sabemos que Chlórís parecia ter o apoio da população, de nomes importantes da sociedade teresinense e até mesmo dos jornalistas. Realmente a composição da banca de jurados foi escolhida a dedo, a começar pelo presidente do Clube dos Diários, local da festa e que anteriormente, como citamos, ofereceu o baile a parnaibana. O prefeito foi pessoalmente entregar a chave da cidade a Chlórís e na tarde anterior ao desfile a imprensa local já se reportava a ela como a ganhadora. A própria Teresinha (1956) já a conhecia e praticamente passou o dia com ela desde sua chegada. Tudo indica que já havia um ambiente favorável a

vitória da *Miss Parnaíba*. E por que Freitas insinua que a Comissão estaria a *proteger* a Miss Picos se tudo indicava o favoritismo de Chlóris? Segundo ele, houve boatos de suborno:

O ceticismo da época moderna desaparece quando o assunto é a beleza feminina. Ela ainda é descrita [...] como se não fosse determinada por seres mortais, moldada pela política, pela história e pelo mercado, mas, sim, como se houvesse uma autoridade divina lá em cima que emitisse um mandamento imortal sobre o que faz uma mulher ser agradável de se ver. (WOLF, 2019, p. 131)

Percebemos também que apenas três mulheres estariam entre os jurados. São nove homens e três mulheres, incluindo a *Miss* do ano anterior. Isso reflete a mentalidade da época onde os homens editavam e até mesmo escreviam os conselhos e manuais destinados a mulher. Assim como em muitos momentos ao longo da História, a beleza da mulher é pensada para o homem. São eles que determinam e julgam quem é a mais bela e o que a torna mais bela.

Essa “verdade” é vista como Deus costumava ser visto – no alto de uma hierarquia, com sua autoridade o ligando a seus representantes na Terra: jurados de concursos de beleza, fotógrafos e, em último lugar, o homem comum. [...] O direito de um homem de julgar a beleza de qualquer mulher, enquanto ele próprio não é julgado, não é questionado porque é considerado divino. (*Id. ibid.*, p. 131)

Os concursos de beleza salientam isso quando a própria escolha de quem vai julgar é quase 100% composta por homens. Segundo Wolf, “o fato de as mulheres competirem entre si através da *beleza* é o inverso da forma pela qual a seleção natural afeta outros mamíferos” (WOLF, 2019, p. 29, grifo nosso). A beleza e as competições de beleza tentam nas suas entrelinhas colocar as próprias mulheres em disputa quanto a seu valor.

Inicia-se o desfile com o traje de baile, “ambas as candidatas foram nessa ocasião, muito aplaudidas” (FREITAS, 2007, p. 64).

Imagem 20 - Chlória desfilando em traje de baile, 1957.



FONTE: Arquivo da família de Chlória.

Imagem 21 - Francisca desfilando com traje de baile, 1957.



FONTE: Blog Misses em Manchete. Ver: <http://missesemmanchete.blogspot.com.br/2007/05/miss-piau-universo-1957-chloris-maria.html>. Acessado em 15/05/2020.

Com medidas semelhantes, as duas misses entram na passarela. O tão famoso *corpo violão* fica em evidência nas fotos das duas. Francisca parece ter as medidas do busto um pouco maiores que Chlórís, e esta parece ser um pouco mais magra. Não sabemos qual o critério de seleção seguido pelos jurados, se o valor das medidas, o carisma durante o desfile ou a própria preferência já alimentada por uma delas. Freitas narrou que é no desfile de traje de banho que a disputa foi decidida. “No desfile de maiô, Chloris, com sua plástica excepcional, impressionou vivamente os teresinenses. O clube estremeceu em seus alicerces, tal a imensidade da vibração dos aplausos. Estava já, patenteada, a vitória que a nossa representante conquistou” (FREITAS, 2007, p. 64).

Não possuímos imagens do momento do desfile de traje de banho no concurso de *Miss Piauí*, apenas após o concurso, pois nas imagens a seguir podemos ver Chlórís desfilando de maiô e posando para a câmera com a faixa de *Miss*. Na fotografia original, as imagens 22 e 23 também se encontram autografadas pela Miss.

Imagem 22 - Desfile de maiô.



Fonte: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

Imagem 23 - Chlóris posando com a faixa.



Fonte: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

Francisca Moura obteve três votos e Chlóris, oito votos. E assim Chlóris Maria Guimarães Fontenele se tornou a *Miss Piauí 1957*. No desfile feito após a sua vitória, podemos ver através da imagem 24 a nova *Miss Piauí 1957* desfilando com a faixa. Na fotografia o autógrafo de Chlóris diz: *Murilo uma pôse para você Sinceramente Chloris Maria Miss Piauí 1957.*

Imagem 24 - Chlóris desfila em vestido de festa após a vitória.



Fonte: Arquivo de Murilo Ferreira cedido por Jane Ferreira à pesquisadora.

Imagem 25 - Chlóris, Miss Piauí 1957 e Teresinha Alcântara Miss Piauí 1956.



Fonte: Blog Misses em Manchete. Ver: <http://missesemmanchete.blogspot.com.br/2007/05/miss-piau-universo-1957-chloris-maria.html>. Acessado em: 12/01/2017.

Além da cobertura do concurso, Freitas ainda narra os acontecimentos após o encerramento. “Congratulando-se com a eleita, em brilhantes palavras, o Dr. Darcy Araújo usou da palavra. Grande era a vibração geral, que o orador quase não podia falar. A festa se prolongou até o raiar de domingo, com o clube totalmente cheio. (FREITAS, 2007, p. 64-65)”. Nas imagens seguintes, o baile em comemoração e apresentação de Chlóris como *Miss Piauí 1957*:

Imagem 26 - Chegada de Chlória ao Clube dos Diários.



Fonte: Arquivo da família de Chlória.

Imagem 27 - Apresentação como Miss Piauí.



Fonte: Arquivo da família de Chlória.

Imagem 28 - Sorrisos de misses: Francisca Moura, Chlóris Fontenele e Teresinha Alcântara, no clube.



Fonte: Arquivo da família de Chlóris cedido à pesquisadora.

As comemorações do título foram para além do Clube dos Diários. No domingo, uma manhã de recepção em uma propriedade privada em Teresina depois a homenagem dos parnaibanos no clube SOCOPO; segundo Freitas as festividades continuaram em Teresina, além das visitas oficiais, na segunda, ao Governador do Estado e ao prefeito Agenor Barbosa de Almeida, que segundo ele discorreram *vibrante discurso*. Após todas as comemorações, antes do retorno a Parnaíba, Chlóris foi saudada com flores e um cartão ofertados pelos funcionários do Hotel Piauí (atualmente Luxor Hotel)

Às 16 horas da segunda, o avião da Aerovias levou a comitiva de volta a Parnaíba. “Ao chegarmos ao aeroporto, encontramos uma multidão incalculável à nossa espera, com flâmulas bem legíveis que diziam SALVE MISS PIAUÍ – 1957” (FREITAS, 2007, p. 66)

Na foto a seguir, Chlóris está desfilando em cima de um carro decorado por flores, trajando um vestido longo, com luvas e de posse da faixa e está cercada por um grande público. Não sabemos ao certo qual o momento da foto, mas podemos observar que ela está com uma faixa o que sugere ser após o concurso de *Miss Piauí*.

Imagem 29 - Chlóris em cortejo como Miss Piauí.



FONTE: Grupo Parnaíba das Antigas/Facebook. Ver <https://www.facebook.com/photo/?fbid=427564283972350&set=g.427080374023376>. Acesso: 09/08/2020.

Através dessas comemorações podemos perceber qual era o peso social de eleger/escolher a mulher considerada mais bela em um concurso. Muito além da aparência física, essa narrativa de Freitas sobre os eventos extraoficiais, nos diz que os bons modos e a elegância enalteciam a beleza da mulher para o meio social que organizava esses concursos.

As relações sociais estabelecidas em toda a narrativa que fizemos mostra que a beleza além de ser um condicionante de moldar um padrão estético e comportamental dentro do universo feminino, girava em torno das classes mais altas e reconhecidas da sociedade. Quem não faz parte desses grupos apenas espreita, observa e comenta seus modos e costumes, seja nos bailes à beira do Cassino, em um cortejo, na busca de um autógrafo ou na aceitação de que aquele corpo e aquele ideal de beleza de uma determinada mulher é o símbolo que se quer alcançar ou que pondo em comparação é inalcançável para outras mulheres enquanto discurso. O mito da beleza transforma as mulheres em modelos e competidoras ao mesmo tempo.

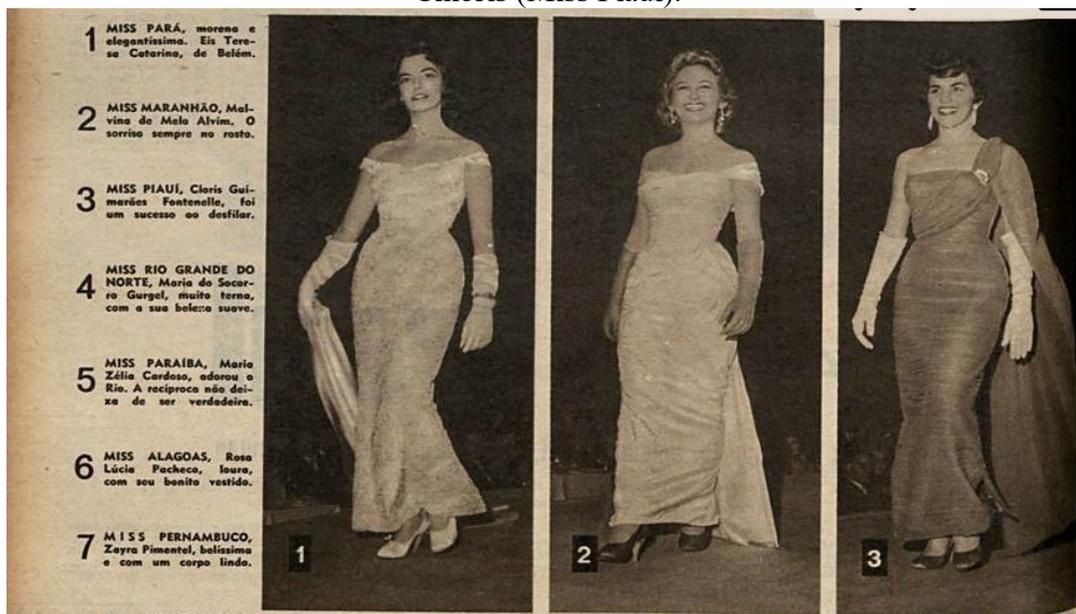
O mito não apenas isola as mulheres segundo suas gerações, mas, pelo fato de incentivar a desconfiança entre todas as mulheres com base na aparência, ele as isola de todas as mulheres que elas não conheçam e apreciem pessoalmente.

O mito gostaria que todas acreditassem que a mulher desconhecida é inatingível; [...] e a lógica da beleza insiste que as mulheres considerem umas as outras como possíveis adversárias até descobrirem que são amigas. (WOLF, 2019, p. 115)

A beleza total será sempre inatingível. A idealização desses modelos é o que molda os comportamentos para esses papéis sociais. Para as mulheres nos anos dourados, ser bela, recatada e do lar eram os significados de prosperidade, felicidade e aceitação. As misses seriam os modelos perfeitos para atrair as mulheres para esse discurso. Ao mesmo tempo em que possuíam visibilidade de certa individualidade e modernização para as participações em concursos que atraíam todos os olhares sob seus corpos estavam profundamente ligadas a tradições que enquadravam as mulheres.

Chlórís, *Miss Piauí* 1957, foi fruto dessa geração que prezava por um ideal de beleza que marcou a sua década, sua juventude, imprensa e a moda. Além do comportamento essa Beleza com *B* maiúsculo era significativa para representar uma cidade, um estado e um país. Assim como Martha Rocha, a eterna musa da beleza brasileira dos anos dourados, a parnaibana também concorreu ao título de *Miss Brasil*. Com vestido de baile, foi a 19ª a desfilir na competição (*Jornal Correio da Manhã*, 23/06/1957, p.4); não chegou a ficar entre as 5 finalistas, o título foi para Teresinha Morango. Na legenda referente à foto a seguir, a *Miss Piauí*, “Clóris Maria Guimarães Fontenele, foi um sucesso a desfilir” (*Revista o Cruzeiro*, 29/06/1957, p.8).

Imagem 30 - Concurso de Miss Brasil 1957: Teresa (Miss Pará), Malvina (Miss Maranhão), Chlórís (Miss Piauí).



Fonte: Revista O Cruzeiro, (RJ), Hemeroteca Digital, 1957. Ver: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&pesq=%22miss%20brasil%201957%22&pas ta=ano%20195&pagfis=112625>. Acessado em 02/04/2021.

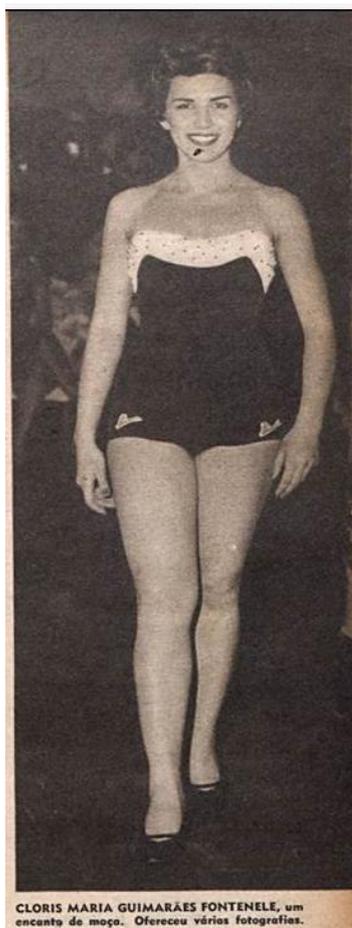
Imagem 31 - Medidas da Miss Piauí.



FONTE: Revista O Cruzeiro (RJ), Hemeroteca Digital, 1957. Ver: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=%22miss%20brasil%201957%22&pagfis=112760>. Acessado em 02/04/2021.

Podemos notar que na Imagem 30, Chlórís desfila com o vestido de gala, diferente do vestido que posa na imagem 31, onde está de posse da faixa de Miss Piauí. Ao seu lado, suas medidas corporais são colocadas em destaque ao lado de outras duas misses que também compõem a página na imagem original.

Imagem 32 - Chlóris no concurso de Miss Brasil 1957.



Fonte: Revista O Cruzeiro (RJ), Hemeroteca Digital. Ver: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&Pesq=%22miss%20brasil%201957%22&pagfis=112760>. Acessado em 02/04/2021.

A Imagem 32 trata-se de uma página presente na revista “O Cruzeiro” que cobriu o concurso de *Miss Brasil* 1957. Em nota do jornal, após o nome de Chlóris, está escrito *um encanto de moça. Ofereceu várias fotos*. Na fotografia, Chlóris está sorridente ao desfilarem de maiô.

Imagem 33 - Foto oficial das misses 1957 no prédio da Revista Manchete.



Fonte: Revista Manchete. Ver: Blog Fernando Machado:
<http://www.fernandomachado.blog.br/novo/terezinha-morango-miss-brasil-de-1957/>. Acesso: 08/05/2020.

Na Imagem 33 estão reunidas todas as candidatas representantes de cada estado, Chlóris é a terceira da direita para a esquerda.

Chlóris viveu o sonho de – quase - toda mulher nos anos dourados. Eleita a mulher mais bonita do estado do Piauí no ano de 1957, disputou o título nacional da competição, uma das mais famosas de todo o Brasil. No fim de sua jornada da beleza, arranhou um bom casamento e assim concretizou o tão esperado dever da rainha do lar. Sua beleza estava à altura de competir, mas não para a realização plena de vida que se almejava para uma mulher durante essa época, era preciso moldar-se ao lugar social que se esperava cumprir, assim como uma tarefa: o casamento.

A beleza feminina é o ponto central dos discursos referidos a mulher, não em nível de títulos – como as misses, mas para definir seu lugar em sociedade, como não protagonistas de suas próprias histórias. A beleza é um triunfo que por muito tempo foi considerado nato, mas que com grande esforço poderia ser conquistada, logo esse esforço sobrenatural avança na sociedade moderna como discurso naturalizado do que se deseja viver.

CAPÍTULO 4 – NOTÍCIAS DE BELEZA: A Trajetória de Chlória Maria Guimarães Fontenele nas Páginas de Jornais e Revistas

“QUEM É?

*Ela é tão bela, donahosa, inteligente!
Ela é a mulher que, aqui, a todo olhar encanta,
De quem será o nome que a matura canta,
Ao perpassar do tempo e do nascer da gente?*

*De todos ela, com certeza, é conhecida.
Dos quatro pontos cardeais foi aclamada.
E por mim, eu juro, jamais foi esquecida...
E quem é essa mulher, essa deusa encarnada?*

*Aqui, ela nasceu e está constantemente
O aroma do nascente a respirar veemente...
Quem é, então, essa mulher que vive aqui?*

*Eu a conheço. E vocês também conhecem
Essa beldade que vocês, agora, esquecem...
Ela é a CHLORIS, nossa <MIS PIAUÍ>*

J. DE ARIMATÉIA.

Ao longo deste capítulo, exibiremos a caminhada de Chlória Guimarães Fontenele nas páginas dos jornais e revistas da época. Sua trajetória de beleza ecoou nas folhas não apenas da cidade de Parnaíba, encontramos também notícias como participante de concursos de beleza nacional nos jornais das cidades do Rio de Janeiro, Pernambuco, Paraná e Maranhão. Há relatos sobre o título de Chlória não apenas durante o ano de 1957 nas suas participações nos concursos de *Miss Parnaíba*, *Miss Piauí* e *Miss Brasil*, mas também sua participação em eventos sociais no ano de 1959 no estado de Pernambuco.

Nas páginas dos jornais *Gazeta do Piauí* (PI), *Diário Carioca* (RJ), *O Jornal* (RJ), *Diário do Paraná* (PR), *Diário de Pernambuco* (PE) e nas Revistas *O Cruzeiro* (RJ) e *Manchete* (RJ) encontramos matérias que descreviam o seu histórico de *Miss*. Encontramos no jornal parnaibano *Gazeta do Piauí* sua indicação a *Miss Parnaíba* e toda a agitação ocorrida na cidade para o concurso de *Miss Piauí* 1957, bem como fotos e poemas. Nos demais jornais, encontramos a participação de Chlória no Concurso de *Miss Brasil*, seu deslocamento do Piauí até o evento no Rio de Janeiro, como a agitação para o concurso de *Miss Piauí* ocorrido anteriormente. Entre fotos, entrevistas e matérias que descreviam o perfil de Chlória, sua participação no Concurso de *Miss Brasil* 1957 ficou marcada no Brasil inteiro. Segundo os jornalistas, seu carisma, simpatia e beleza faziam jus a sua terra – o Piauí.

Diversas e amplas reportagens são encontradas nos jornais analisados que evidenciavam as misses e também tudo o que estava ao seu redor, como a cidade, relações sociais, política e acontecimentos cotidianos. Assim como analisamos no capítulo anterior, as colunas sociais e reportagens são assuntos encontrados com maior evidência, principalmente na década de 1950. Como vimos, Rubem Freitas foi pioneiro na coluna social em Parnaíba após 1957 depois de acompanhar e narrar os acontecimentos do concurso de Miss Piauí e da comitiva de Chlórís.

As reportagens analisadas a seguir evidenciam o interesse não apenas do leitor, mas dos próprios jornalistas em narrar esses tipos de acontecimentos que contribuíram para construção de um caráter narrativo importante na cidade. Nas análises sobre a contribuição da imprensa e da literatura para a construção de um sistema literário na cidade, o historiador Daniel Ciarlini nos fala que:

[...] surgem gêneros literários que rapidamente se difundem conquistando um público específico: a crônica e o romance de folhetim, posteriormente substituídos pelo columnismo e pela reportagem (PENA, 2013), quando nos anos de 1950 o Brasil incorpora características de um “jornalismo científico” praticado nos Estados Unidos desde os anos de 1900. (CIARLINI, 2015, p. 22)

A modernização nas técnicas de *fazer* a notícia, ocasionadas pelo jornal, possibilitou a profissionalização de seus escritores (CIARLINI, 2015, p. 23). Mais adiante, o autor informa que devido ao crescimento econômico da cidade foram possíveis algumas transformações na dinâmica social, bem como a construção de um sistema de literatura por meio da imprensa, que só foi possível graças a influência cultural que a cidade estava passando na manifestação de centros educacionais, o teatro, o cinema, periódicos literários e a própria desvinculação da política (CIARLINI, 2015, p. 25).

A problemática da utilização de jornais como fontes para a escrita historiográfica ficou em evidência no Brasil principalmente no “alargamento do campo de preocupação” dos historiadores com a história nova, que possibilitou mudanças na concepção de abordagem do documento. Todavia, segundo José Honório Rodrigues, deve se está em alerta, pois embora se tenha o jornal como principal fonte de informação histórica, ele é ao mesmo tempo imparcial e tendencioso:

[...] já não se questionava o uso dos jornais por sua falta de objetividade - atributo que, de fato, nenhum vestígio do passado pode ostentar -, antes se pretendia alertar para o uso instrumental e ingênuo que tomava os periódicos como meros

receptáculos de informações a serem selecionadas, extraídas e utilizadas ao bel prazer do pesquisador. (RODRIGUES, 1968 apud: LUCA, 2008, p. 116)

Diversas pesquisas são publicadas discorrendo sobre os usos metodológicos do jornal como fonte primária. No Brasil, após a década de 1970, a utilização com fonte primária tornou-se recorrente, não apenas como documento a qual os pesquisadores revisitariam para se certificar ou afirmar um conceito já elaborado, mas como campo a ser pesquisado e discutido. Analisando sobre a historicidade desse tipo de fonte, as pesquisadoras a seguir nos dizem que:

[...] na área da História, no ensino e na investigação sobre os mais variados temas e problemáticas, a utilização de materiais da Imprensa hoje está cada vez mais generalizada. E, sem dúvida, tais usos nos distanciam de um tempo em que a imprensa era considerada como fonte suspeita, a ser usada com cautela, pois apresentava problemas de credibilidade. Nestas últimas décadas perdemos definitivamente a inocência e incorporamos a perspectiva de que todo documento, e não só a imprensa, é também monumento, remetendo ao campo de subjetividade e da intencionalidade com o qual devemos lidar (CRUZ; PEIXOTO, 2007, p. 254).

As autoras salientam que a maior dificuldade não seria o uso desse tipo de material, mas o trabalho de crítica histórica a ser feito sobre eles, “o passado não nos lega testemunhos neutros e objetivos e que todo documento é suporte de prática social, e por isso, fala de um lugar social e de um determinado tempo, sendo articulado pela/na intencionalidade histórica que o constitui.” (CRUZ; PEIXOTO, 2007, p. 258). Entendendo que o próprio discurso da imprensa é dotado de uma ideologia a favor de um grupo e é financiado por ele. Analisar o passado e seu cotidiano apenas por esse viés específico, dotando-o somente como fonte de informação, seria cristalizá-lo em detrimento de apenas um olhar e um discurso.

A escolha desse capítulo para analisar esse tipo de fonte se dá a partir do próprio conteúdo. Além dos jornais, as revistas também ilustram um discurso idealizado socialmente e que era propagandeado por esses veículos de informação, mas que ao nos depararmos com tal material, apenas fica evidente como a manipulação do discurso se faz ascender sob o tempo.

Analisando o jornal “*Gazeta do Piauí*”, percebemos uma Parnaíba política, social e cultural que possuía espaço para o que há de mais fino e elegante na sua “sociedade” e o que ela podia oferecer, mas que em paralelo não dá visibilidade a quem não faz parte desse status social, sendo apenas citados quando algum acontecimento os coloca como ainda mais vulneráveis socialmente.

Essa escolha do capítulo em analisar apenas as fontes hemerográficas se deu pela necessidade de se entender como os acontecimentos sobre os eventos em Parnaíba e em âmbito nacional eram noticiados em relação apenas de uma personagem e como essa trajetória de beleza é narrada a partir de um padrão estético feminino:

Os diversos materiais da Imprensa, jornais, revistas, almanaques, panfletos, não existem para que os historiadores e cientistas sociais façam pesquisa. Transformar um jornal ou revista em fonte histórica é uma operação de escolha e seleção feita pelo historiador e que supõe seu tratamento teórico e metodológico. Trata-se de entender a Imprensa como linguagem constitutiva do social, que detém uma historicidade e peculiaridades próprias, e requer ser trabalhada e compreendida como tal, desvendando, a cada momento, as relações imprensa/sociedade, e os movimentos de constituição e instituição do social que esta relação propõe (CRUZ; PEIXOTO, 2007, p. 258).

Esse material não descreverá o passado, mas ajudará a compreender a sucessão de fatos noticiados no ano de 1957 sobre a Miss Piauí, pois não havia conhecimento sobre a sua trajetória e sobre esses discursos veiculados sobre/para ela durante o concurso de *Miss Piauí* dentro do trabalho historiográfico.³⁵

Chloris Maria Guimarães Fontenele, sempre sorridente nas fotos, foi a segunda *Miss Parnaíba* – depois de Neusa Nunes em 1930 – e a representante da beleza piauiense em 1957 e concorrendo ao título de Miss Brasil. Não chegou a ficar entre as cinco finalistas, mas não ofuscou a admiração dos parnaibanos.

Nas páginas a seguir, as entrevistas cedidas por ela aos jornalistas exploram não apenas o seu “lado *Miss*”, como Freitas já mencionou, mas seus gostos particulares, sonhos e gestos, tudo o que os jornalistas e os leitores esperavam. Optamos por seguir uma cronologia com as matérias para justamente exibir como a imagem dessa mulher não circulou apenas em Parnaíba e região, mas foi passando pelos demais estados.

4.1 Gazeta do Piauí e a campanha ao título de Miss Parnaíba

Nas entrelinhas da notícia, encontramos desejos particulares. Nas matérias veiculadas no jornal de circulação local, mas conectado aos demais acontecimentos estaduais e nacionais, o *Gazeta do Piauí*, em suas edições na década de 1950, mescla notícias sobre política,

³⁵ Em pesquisa historiográfica existe apenas a minha pesquisa de monografia apresentada no curso de Licenciatura Plena em História na Universidade Estadual do Piauí no ano de 2017 e o artigo em coletânea de livro publicado no ano de 2018, bem como outros artigos publicados em eventos.

religião, esportes, tragédias, vida social, propagandas, ofertas de emprego, entre outros assuntos.

Em suas capas, principalmente no período eleitoral, as colunas marcam claramente pensamentos, opiniões e divergências dos seus redatores sobre o conteúdo. Apoiadores declarados do presidente Juscelino Kubischek são bastantes presentes matérias de cunho político, apoiando a presidência e atacando o então prefeito da cidade de Parnaíba.

Dentro do recorte da pesquisa – o ano de 1957 – algumas edições desse jornal foram analisadas, pois é através delas que traçamos a jornada da beleza que se sucederá a partir de março daquele ano para Chlórís. Com um conteúdo detalhado sobre os acontecimentos da cidade, os escritores das colunas descreviam quem era Chloris, os concursos e a própria agitação que se iniciava na cidade, ocasionada por eles mesmos não negavam a sua imparcialidade diante do assunto, inclusive incitando e cobrando de outros veículos de comunicação seu apoio sobre o evento.

No total foram analisadas 28 publicações referentes ao ano de 1957, onde apenas serão analisadas a seguir as que faziam referência ao concurso e a Chlórís. As edições fazem parte do acervo particular de Marcelo Machado, que foi pesquisado pelo historiador Dr. Leandro Castro e cedido a essa pesquisa.

Segundo o trabalho com a fonte, foi percebido que suas publicações aconteciam duas vezes na semana: quarta-feira e sábado, pois todas as edições disponíveis datam apenas desses dois dias, e em suas próprias matérias é possível notar esse fato. É curioso observar também que em todas as edições vistas desde 1956 até 1959 em nenhuma delas a presença da imagem de uma mulher foi tão forte como em 1957.³⁶

Além disso, são quase inexistentes as matérias e fotos de mulheres e não há nenhuma matéria escrita por elas. Em um período que não havia um espaço destinado a elas, a imagem de Chloris quebrava uma barreira onde se marginalizava a imagem da mulher em jornais em meio a notícias sobre política e temas destinados ao universo considerado masculino. A trajetória de beleza foi crucial para uma ascensão da imagem feminina em jornais quase que totalmente exclusivos para homens.

Na quarta-feira do dia 20 de março de 1957, uma nota foi lançada no *Gazeta* intitulada “*E a educadora não faz nada?*”; educadora era a responsável por veicular a notícia através das ondas sonoras. A matéria voltada para a rádio era uma cobrança da ausência de apoio com a campanha de Chloris para *Miss Parnaíba*.

³⁶ Foram observadas algumas das edições disponíveis dos anos de 1956, 1957, 1958, 1959, mas apenas as do ano de 1957 foram estudadas para as discussões a seguir, totalizando em 28 publicações.

E a educadora não diz nada?

Quando iniciamos nossa campanha jornalística em prol da candidatura da premdada senhorinha Cloris Guimarães, ao posto de Miss Parnaíba (que, em seguida competirá ao título de Miss Piauí,) foi irmanados pelo dever e pela honra de ser referida senhorinha apoiada pela imprensa e pelo rádio de nossa terra.

Particularmente os jornais da terra fizeram prévia combinação e disso demos ciência ao shr. Luiz de França Rego, gerente da Educadora e shr. Nelson Chaves, locutor chefe da mencionada emissora.

Acontece, porém, que todos os jornais de Parnaíba já incentivaram a campanha que como dissemos linhas atrás, CLORIS é nossa candidata, e por este motivo compete aos jornais da terra movimenta-la.

Existe, entretanto, alguma coisa que não nos está tranquilizando muito. Trata-se do silencio da (...) E a Educadora... Rádio Educadora. Não sabemos os motivos desse mutismo, uma vez que a jovem CLORIS nessas alturas está representando a própria beleza feminina de nossa terra e para orgulho nosso nos representará na Capital do Estado, e quem sabe se não irá mais longe ainda?

Será que a Rádio só toma interesse pelas matérias pagas, esquecendo-se de que o idealismo e o dever cívico de cada entidade está acima dos interesses financeiros?

Pois bem, conhecemos de perto o zeloso Diretor da Educadora shr. Alderico Miranda e acreditamos que, ao tomar conhecimento dessa falta de solidariedade da Radio à campanha de Miss Parnaíba, removerá naturalmente os obstáculos e ficará conosco nessa luta cívica de nossa terra.

Acreditamos piamente na mudança de pensamento da Rádio Educadora, afastando um pouco os seus interesses financeiros em favor da campanha de Miss Parnaíba, que será nesse caso CLORIS GUIMARÃES. (GAZETA DO PIAUÍ, s/p, 1957)³⁷

Assim, sabemos que em março do ano de 1957 já se iniciara em Parnaíba a campanha de Chlórís Fontenele como candidata a *Miss Parnaíba*. Como citamos no capítulo anterior, através das palavras de Rubem Freitas – que participou do evento e posteriormente assinará as colunas sociais desse jornal -, a imprensa prestou total apoio a essa candidatura e inclusive sendo a grande responsável, cobrindo a saga de Chloris até seu retorno do Concurso de *Miss Brasil*.

Na nota, além de afirmar que os responsáveis pela Rádio já sabiam sobre a candidatura e apoio da imprensa a Chlórís, é cobrado a eles um posicionamento já que segundo o jornal, apenas a Rádio ainda não tinha declarado apoio.

É conjecturado que a Rádio só apoiaria a candidatura e a veiculação de uma propaganda em apoio mediante um pagamento. Sem o retorno da Rádio a campanha ficaria enfraquecida, pois a imprensa (escrita e falada) era importantes meios de comunicação, falava para todas as classes e a rádio dialogava principalmente com não letrados. A indecisão para

³⁷ A página está sem datação, mas pela continuação da matéria em uma página datada, sabe-se que é do dia 28/03/1957. Ver em anexo matéria 1.

apoiar a candidata abriria oportunidades para outras possíveis concorrentes. Mas o silêncio da Rádio Educadora durou pouco e na edição de 21 de março de 1957³⁸, ela “falou”:

Carta explicativa,

Que nos foi dirigida pelo locutor NELSON CHAVES, sôbe o silencio da Rádio Educadora de Parnaíba, concernte a campanha de MISS PARNAIBA.

Parnaíba, 21 de Março de 1957.

? Snr.

Diretor do <GAZETA DO PIAUÍ>

L o c a l

Prezado senhor: Saudações cordiaes

Ref. <E A EDUCADORA NÃO DIZ NADA?> -

Subordinada ao título acima, li com muita atenção a sua Nota inserida em a edição de ontem, 20 de Março, de seu conceituoso Jornal. No que se refere à minha pessoa e a de meu nobre colega, Luiz de França, venho confirmar o que informei aos presados Amigos, Bernardo Batista Leão (na Agência de Aerovias) e Rubem Freitas (na Rádio), quando procurado pelos mesmo sobre o apoio que a Imprensa Escrita e Falada deveriam dar a candidatura da gentil Sta. Cloris Fontenele. Disse lhes que procurassem diretamente a diretoria da <Rádio Educadora de Parnaíba> S.A., uma vez que eu era apenas um funcionário da Emissora, dependendo, portanto, de instruções para por-me em atividades, PARTICULARMENTE, porém, poderiam contar com o meu apôio a candidatura de CLORIS que, na verdade reúne as qualidades necessárias para tão grande disputa.

Agradecendo a publicação da presente, firme-me, ao inteiro dispor de SS/ordens.

ATENCIOSAMENTE

- Nelson Chaves (GAZETA DO PIAUÍ, 1957)

Com o apoio da mídia ‘falada’ a campanha de Chlórís ao *Miss* Parnaíba se fortalecia conforme os acontecimentos. A primeira nota, juntamente com a carta de resposta, mostra a dimensão que os meios da imprensa estavam inseridos nessa jornada da beleza. Além do prestígio social, a participação de um nome parnaibano estava em jogo, já que ganhando o concurso estadual e chegando ao nacional, a visibilidade que se teria para a cidade seria enorme, além do próprio sentimento individual de “orgulho” da candidata natal.

Como as edições de Março, as de Abril ainda comentavam sobre os eventos para a campanha de Chlórís para *Miss* Parnaíba. Na edição de quarta-feira, dia 24 de abril de 1957, a capa traz uma matéria sobre Chlórís e é através dela que temos notícia de qual grupo a indicava ao concurso:

Chloris, no Cassino

Conforme havíamos anunciado na nossa edição de sábado último, o Casino 24 de Janeiro realizou na manhã de domingo, 21 do corrente, um bingo-dançante com o qual deu início a sua campanha em favor da Sta. Chloris Maria Guimarães Fontenele, candidata do primeiro Club social da terra com apoio da imprensa e do

³⁸ Ver em anexo matéria 2.

rádio, ao título de Miss Parnaíba, que em seguida disputará na Capital de nosso Estado, o título de Miss Piauí.

É inegavelmente uma demonstração de solidariedade da sociedade local a campanha que se processa em favor de Chloris, pois, a presença dos associados do Casino foi uma demonstração inequívoca de apoio à nossa candidata.

CHLORIS, apresentou-se no Casino, muito bem trajada, tendo sido bastante ovacionada na entrada, quando a mocidade de nossa terra aplaudia a beleza feminina da Princesa do Igarassu:

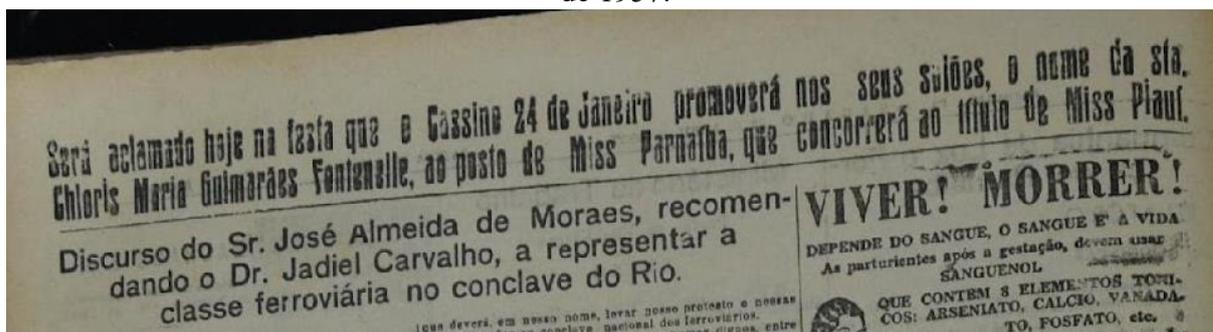
Iniciado o bingo, os salões do Casino completamente lotados de sócios do Club, estes ali permaneceram até o final da brincadeira, que se desenrolou até 13:30 h dentro de um ambiente verdadeiramente social e cortez.

Em tudo isto não faltou a assistência dos Diretores do Casino 24 de Janeiro, através de seu esforçado presidente, sr. Pires de Castro, que em companhia do secretário do Club, estavam ladeados por um representante da imprensa local, e um do Centro Estudantal de Parnaíba.

Aguarda-se com interesse o realce da grande festa de sábado próximo, oportunidade em que CHLORIS será eleita Miss Parnaíba por aclamação, na grande festa que fará o Cassino 24 de Janeiro. (GAZETA DO PIAUÍ, 21 de abril de 1957, capa)³⁹

A campanha de Chlórís se inicia na imprensa e entre os grupos que se organizavam no *Cassino 24 de Janeiro*. Chlórís Fontenele foi a candidata lançada pelo primeiro Club Social. Através do texto, confirma-se que ela não disputaria o título de *Miss Parnaíba* com outra concorrente, pois sua indicação era a única e com bastante apoio. É também através do texto acima que temos a data da festa marcada para ela receber o título: dia 27 de abril de 1957.

Imagem 34 - Chamada de aclamação da Miss Parnaíba 1957 no Gazeta do Piauí, 27 de abril de 1957.



FONTE: Arquivo pessoal de Marcelo Machado, cedido à pesquisadora pelo historiador Leandro Castro.

No primeiro dia de maio, o *Gazeta* traz a notícia novamente em sua capa, mas agora com uma fotografia e outra matéria intitulada com o nome de Chlórís, na qual transcrevemos a seguir,

³⁹ Ver em anexo matéria 3.

Imagem 35 - Miss Parnaíba 1957 capa do Gazeta do Piauí, 01 de maio de 1957.



FONTE: Arquivo pessoal de Marcelo Machado, cedido à pesquisadora pelo historiador Leandro Castro.

CHLORIS, ladeada pelos mais finos ornamentos sociais da terra.

Por motivos imperiosos, entre as cheias do Parnaíba, deixou de haver sábado último, a anunciada festa no Cassino, oportunidade em que seria aclamada Miss Parnaíba, a Sta. Chloris Maria Guimarães Fontenelle. De igual modo, e com a mesma finalidade, foi também sustado o Matinee anunciado para Domingo Ultimo.

Ao invés da festa de sábado, a Diretoria do Cassino 24 de Janeiro, em companhia de diversas damas da nossa melhor sociedade, entre as quais salientamos os nomes de Dna. Iracema Pires de Castro, Raimundinha Correia, Evarinha Fontenele, assim como Stas. Sonia Vaz, Luiza Vieira, Clodes Mota, organizou uma reunião no próprio clube, oportunidade em que foi traçado o programa da festa de Miss Parnaíba, prorrogada para sábado próximo, dia 4 do mês de Maio corrente.

Essa reunião contou, também, com a participação do Snr. Pires de Castro, presidente do Casino, Dr. Marc Jacob, Snrs. João Correia, Carlos Carvalho, Ruben Freitas e do Diretor desta folha.

Entre os assuntos ali tratados podemos salientar quer por sugestão de Dna. Iracema, secundada por Dna. Raimundinha Correia, foram apresentados além das senhoras e senhoritas presentes, os nomes de diversas senhoras, para participar da Comissão de organização da festa de Miss Parnaíba.

Da programação organizada pela Comissão em apreço, podemos salientar que, a faixa de Miss Parnaíba que atualmente é privilégio de Dna. Neuzza Lopes, será posta por esta, em solenidade na festa do dia 4, na Miss recém-eleita, Sta. Chloris Guimarães. Por outro lado, coube ao Dr. Marc Jacob

(conclui na 4ª página) (GAZETA DO PIAUÍ, 01 de maio de 1957)

No trecho da matéria, podemos perceber que o evento datado para o dia 27 de abril de 1957, no qual Chloris receberia o título de Miss Parnaíba pela “mais alta sociedade” não aconteceu.

Chloris...

(Conclusão da primeira página)

saudação a Miss Parnaíba, sendo que a valsa inicial do grande baile, Miss Parnaíba terá como par o Snr. Francisco Florindo Pires de Castro, presidente do Cassino 24 de Janeiro.

As mesas do grande baile de sábado vindouro em homenagem a Miss Parnaíba, já estão à venda na secretaria do Club no preço de Cr. 200,00 cada, independente de Comissão que irá provavelmente vende-las no comercio e nas casas residências. Nossa reportagem acompanhará o desenrolar dos acontecimentos, festejos em homenagem a Miss Parnaíba, considerando-a como nossa candidata. (GAZETA DO PIAUÍ, 01 de maio de 1957)⁴⁰

Devido a enchente⁴¹ que ocorreu no mesmo dia (27), sua festa foi adiada. Ao final da matéria é anunciada a venda das mesas para o próximo baile no Cassino por meio presencial ou residencial.

Em meio a realidades diferentes, os acontecimentos em Parnaíba dividiam os temas nas matérias do jornal *Gazeta*, mas entre março e julho o jornal não deixava de anunciar o seu interesse no concurso de beleza e mesmo com as tragédias naturais ocorridas na cidade, uma ação de *Miss* foi realizada em favor do “seu povo” que se encontrava alagado. Na edição de sábado, dia 4 de maio de 1957, novamente o nome de Chlórís nomeia o título da matéria principal da capa:

“Chloris Guimarães, num gesto muito seu de simpatia e magnanimidade faz reverter em benefício dos alagados da enchente do Parnaíba nesta cidade, o produto monetário para sua representação em Teresina.

Hoje, sábado, a Sociedade de Parnaíba estará reunida á noite no Cassino 24 de Janeiro para homenagear a representante da beleza Parnaibana, que concorrerá em Teresina ao título de Miss Piauí.

Essa representante, como todos sabemos, é a linda Senhorita Chloris Guimarães Fontenelle, formoso rebento do jardim da Princesa do Igarassú já aclamada unanimemente pelos parnaibanos sua embaixatriz da beleza.

Possivelmente, receberá ela das mãos de D. Neuza Magalhães Lopes, a faixa de Miss Parnaíba, de que é detentora a referida senhora, desde que foi eleita em concurso memorável em 1930, a respeito do qual, aliás, tratamos em edição anterior.

Chloris estará, em breve, concorrendo com as mais belas piauienses na capital do Estado, o título da beleza máxima da terra de Mafrense, isto é de Mis Piauí, cujo cotejo está organizado pelos Diários Associados.

⁴⁰ Ver em anexo, matéria 4.

⁴¹ Ver sobre o rio no Capítulo 1.

Sua plástica admirável terá de ser posta em confronto com as demais, sem favor. Nossa reportagem teve igualmente oportunidade de apreciar a plástica de Chloris, de maiô, na piscina do palacete do snr. João Correia, revelando todos os requisitos exigidos para um concurso de beleza.

A comissão dos festejos de Chloris, é composta de D. Iracema Pires de Castro, D. Raimundinho Correia, D. Matilde Furtado, D. Evarinta Fontenelle (genitora da Miss Parnaíba), Sta. Sonia Vas, Sta. Luiza Vieira e Sta. Clodes Mota.

Chloris, num gesto simpático de filantropia, pediu que a renda da festa que anteriormente ficara assentado seria para as despesas de sua (Conclui na 2ª pág.) (GAZETA DO PIAUÍ, 4 de maio de 1957)

Segundo o texto, a *embaixatriz da beleza*, que foi aclamada unanimemente pela população parnaibana, receberia a faixa da Miss Parnaíba 1930, Neusa Nunes. Não se sabe o porquê do concurso de Miss Parnaíba ter sido paralisado durante essas décadas, mas segundo Rubem Freitas o próprio concurso de Miss Brasil também não ocorreu durante esse período⁴². No entanto o destaque da matéria é o seu gesto de filantropia: todo o dinheiro arrecadado com as vendas das mesas que seriam para o custeio da viagem até Teresina foi revestido para a situação das pessoas que ficaram alagadas com as ações das enchentes do rio Igaracú. *O belo gesto da Miss Parnaíba* foi doar a quantia arrecadada para Sociedade Organização das Mães Cristãs.

Posteriormente, é indicada a possível comissão que iria até Teresina. Como vimos no capítulo anterior, Freitas cita os mesmos nomes como o presidente do Cassino, Pires de Castro; o jornalista e diretor do jornal *Gazeta do Piauí*, Batista Leão e o tio de Chloris, João Saldanha, jornalista que entre os acontecimentos do concurso de Parnaíba ao Rio de Janeiro, também será notícia em decorrência de um acidente automobilístico:

Hoje a festa de Miss Parnaíba

Como é do conhecimento de todos, por motivo de força maior não pôde se realizar o grande baile que estava marcado para sábado passado no Cassino 24 de Janeiro, quando a sociedade parnaibana homenagearia a Srta. Chloris Guimarães, proclamada Miss Parnaíba, para concorrer ao concurso de seleção da mais bela piauiense, a ser levada a eleito brevemente na capital do Estado.

Finalmente, hoje, os vastos salões daquele clube da alta sociedade Parnaíba estarão abertos para festejar o grato acontecimento, ocasião em que a nossa linda Miss Parnaíba será alvo das mais sinceras e efusivas manifestações de todos os parnaibanos ali presentes.

Usará da palavra para saudar a representante da beleza de nossa terra, o Dr. Marc Jacob, um dos expoentes máximo da nossa sociedade e elemento dos mais destacados entre os que integram o alto comercio de Parnaíba.

O baile será iniciado com uma valsa, cujo primeiro par será formado por Miss Parnaíba e o sr. Pires de Castro, atual presidente do Cassino.

⁴² Embora o concurso de Miss Parnaíba não tenha ocorrido durante essas duas décadas aconteceram outros concursos com uma magnitude semelhante.

Em meio às manifestações, Chloris receberá das mãos de D. Neuza Nunes Lopes, a faixa simbólica que pertenceu à referida Senhora, quando, em 1930, foi eleita Miss Parnaíba, representando, na ocasião em Teresina

Já demos larga divulgação ao assunto em edições passadas, porém, nunca é demais falarmos sempre deste grato acontecimento, que exalta a beleza feminina de nossa terra e enaltece o espírito alevantado do povo que promove certame desta natureza.

Desejamos, sinceramente, que a consagração que hoje se rende a Chloris Guimarães se repita fora desta gleba, e tenha tal ressonância além fronteira que termine somente no final do cotejo, quando o julgamento final apontar, a vencedora, sagrando-se Miss Brasil 1957! (GAZETA DO PIAUÍ, 11 de maio de 1957, 2ª p.)⁴³

Apenas no dia 11 de maio de 1957 que Chlórís Fontenele seria aclamada e tomaria posse como Miss Parnaíba 1957, onde posteriormente concorreria ao concurso de Miss Piauí em Teresina, em concurso organizado pelos Diários Associados⁴⁴, famoso conglomerado de mídias brasileiras foi fundado na década de 1920 por Assis Chateaubriand, quando o mesmo comprou em 1924 *O Jornal*, fundado em 1919 no Rio de Janeiro e posteriormente o *Diário da Noite* em São Paulo. Em 1928, foi lançada a revista *O Cruzeiro* na qual representou a modernização das revistas ilustradas brasileiras⁴⁵. É através dos jornais que fazem parte dessa associação que temos as notícias da *Miss Piauí 1957* pelo país, onde o conteúdo dessas matérias traz um ineditismo sobre a própria Chlórís. Entre fotos e entrevistas ainda não vistas e analisadas, o próprio acontecimento dos concursos e as movimentações ao seu redor descrevem além da *Miss*, as pessoas e seus ânimos, a cidade com suas festas e tragédias.

No *O Jornal* (RJ), em sua edição de domingo, dia 21 de abril de 1957, na página 10, em meio a seção de notícias sobre os estados do país, na coluna sobre o Piauí a primeira matéria é a respeito da agitação parnaibana sobre os concursos de beleza:

PIAUÍ CONCURSO PARA “MISS PIAUÍ”

A Sociedade Parnaibana está empolgada com a realização do concurso de “Miss Piauí”. Foi escolhida a jovem Cloris Maria Guimarães Fontenelle para disputar o título de “Miss” representando o município de Parnaíba.

Os parnaibanos consideram a senhorita, Cloris Maria como uma forte candidata ao cetro estadual, pois é possuidora de rara beleza e possui uma atração toda especial, que empolga aos mais exigentes. Além do mais, Cloris Fontenelle pertence à alta sociedade e é filha de importante família parnaibana.

- TAMBÉM nos municípios de Floriano, Buriti e Lopes reina grande entusiasmo em torno do próximo concurso “Miss Piauí”. Os círculos sociais, os clubes e

⁴³ Ver em anexo 5.

⁴⁴ Segundo a historiadora Lídia Santos (2011, p. 69), “os concursos de miss, sob a organização dos Diários Associados, perduraram até a decadência do grupo que, de certa forma, culminou com a decadência do concurso nos anos 70”.

⁴⁵ Ver mais sobre o Diários Associados nos sites: http://www.meiosnobrasil.com.br/?page_id=564 e http://200.144.6.120/exposicao_diariosassociados/historico.php, acessados em: 20/04/2021.

agremiações estão realizando um grande movimento em torno da escola de suas representações, que disputarão o título aludido.
 - FORMANDO longa filas, o povo procurou abastecer-se de pescado nos postos instalados em diversos pontos da cidade. O bacalhau, que vinha sendo vendido até por 80 cruzeiros o quilo, foi adquirido a 45 cruzeiros. (O JORNAL, RJ, 21 de abril de 1957)⁴⁶

Os requisitos para ser *Miss são*: possuir uma rara beleza, atração especial e pertencer a uma boa família, isso não são exclusivos de Parnaíba, mas do período. A sua “plástica admirável” também é destacada no jornal *Gazeta* em diversas matérias, como quando a reportagem diz ter tido a oportunidade em ver Chlórís de maiô.

Conforme o desenvolver dos acontecimentos em torno de Chlórís, o concurso de *Miss Piauí* e o jornal intensificam a sua campanha. Uma descrição em grande escala será realizada nas edições a partir de maio e principalmente durante a sua ida para Teresina. Além de propagandas, poemas e notas de apoio, como a que veremos a seguir em nome de Celso Nunes, Casa Marc Jacob e Morais S.A., na qual informam a intensificação do nome de Chlórís em todos os meios de propagandas. Essa mesma nota se repete na edição do dia 22 de maio de 1957, data em que foi realizado o concurso de *Miss Piauí*.

Nas páginas de um jornal noticioso, descrevemos até agora a trajetória de indicação de Chlórís Fontenele ao concurso de *Miss Parnaíba*, onde o discurso do memorialista e colunista social Rubem Freitas foi o primeiro objeto que temos notícia sobre a *Miss*, no qual tivemos acesso a um resumo da possível dinâmica dos fatos. Agora, através do “olhar” e fala das matérias no jornal “*Gazeta do Piauí*”, obtivemos com maior clareza um panorama social do ano de 1957 e como essa agitação social estava ocorrendo paralelo a uma cidade e um país cheio de acontecimentos.

4.2 Notícias de beleza em terras piauienses: a cobertura sobre o concurso de *Miss Piauí* 1957

Todas as matérias sobre o concurso de *Miss Piauí* foram descritas pelo jornalista Batista Leão, que acompanhou a *Miss* em sua comitiva. É relatado o retorno de Chloris a Parnaíba, onde se realizou um grande cortejo de carros desde a saída do aeroporto⁴⁷ em direção ao centro da cidade e dando uma volta em toda a localidade para que, assim, os parnaibanos visualizassem a beleza triunfante de sua conterrânea.

⁴⁶ Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=110523_05&pesq=%22miss%20brasil%201957%22&pa sta=ano%20195&pagfis=51172

⁴⁷ O antigo aeroporto ficava localizado próximo ao centro.

Na edição de sábado do dia 25 de maio de 1957, no jornal *Gazeta do Piauí* fez-se uma ampla cobertura, trazendo o acontecimento como capa daquela edição. Nas quatro matérias em destaque presentes na primeira página, apenas uma falava sobre política, todas as outras eram destinadas ao movimento de beleza do momento: a cobertura do concurso de Miss Piauí (em destaque uma foto de Chlórís), uma crônica à *Miss* e uma nota sobre a *sociedade parnaibana* com a presença de algumas misses estaduais na festa ofertada pelo Rotary Club.

A matéria em destaque da primeira página trata da ida de Chlórís a Teresina e da composição de sua comitiva. Detalhadamente é descrito quem acompanhava Chlórís, seja na viagem aérea ou até mesmo por via terrestre; os jornais que tratavam de cobrir a campanha da Miss Parnaíba, como o próprio *Gazeta do Piauí*, tendo como representante Batista Leão, que também representava os outros jornais parnaibanos: *Aljava*, *O Paladino* e o *Correio do Povo*. Falou-se também dos parnaibanos residentes em Teresina que receberam a comitiva, nomes conhecidos na cidade de Parnaíba, entre empresários, jornalistas, políticos, misses e senhoras da sociedade faziam parte da lista descrita na matéria e até mesmo por Rubem Freitas em suas memórias. Freitas é citado como representante do Centro estudantil parnaibano.

Na chegada em Teresina, além dos parnaibanos residentes, também se encontravam o Vice-Governador do Estado (Dr. Ferreira de Castro), o representante dos Diários Associados (José Lopes dos Santos), o presidente do Clube dos Diários e governador do Rotary Clube (Pires Gayôso) e o prefeito da capital (Agenor Barbosa de Almeida) e um representante do Governador do Estado; além de todos os representantes dos Educandários de Teresina e a Miss Piauí 1956, Teresinha Alcântara. No aeroporto, Chlórís recebeu do prefeito, simbolicamente, a chave da cidade. Em continuação da matéria, na página quatro, são narrados os acontecimentos anteriores ao evento e a noite do concurso.

No decorrer da matéria, nota-se que o mesmo texto foi utilizado por Freitas em seu capítulo sobre Chlórís, o qual se identifica a semelhança no trecho do discurso da Miss Parnaíba e em alguns parágrafos seguintes. Do ritual do concurso temos informações precisas no trecho a seguir:

[...] Às 17 horas – medição antropométrica das misses, as 22:30h – Desfile, nos salões do Clube dos Diários, as 23: 00h Julgamento final, cujo programa foi fielmente cumprido. À sua entrada no Clube dos Diários, cerca das 22:00 horas, Chlórís foi vivamente aplaudida pela grande massa humana que se comprimia não somente dentro do clube, mas também em suas dependências externas. (*GAZETA DO PIAUÍ*, 25 de maio de 1957)

Iniciado o desfile, Francisca foi a primeira a desfilar em traje de gala, seguida de Chlórís. Na matéria, Francisca é intitulada Miss Teresina, diferente dos relatos analisados

anteriormente nos quais se referiam a ela como Miss Picos. Em seguida, o desfile foi em traje de banho, ritual dos concursos até hoje.

Após anunciar a vitória de Chlórís, com a taxa de votos, também é descrita a medição corporal que foi feita anteriormente:

Chlórís – 8 votos,
Francisca – 3 votos.

Na medição anteriormente feita, para a ficha antropométrica, foram obtidos os seguintes resultados:

CLORIS (Parnaíba)		FRANCISCA (TERESINA)
Altura	1,64 mt.	1 64 mt.,
Peso	56,400 gr.	51 00 ks.,
Cintura	0,61 cms.,	0 58 cms.,
Busto	0,89 cms.,	0,88 cms.,
Quadrís	0,96 cms.,	0,91 cms.,
Coxas	0,52 cms.,	0 51 cms.,
Tornozelos	0,24 cms.,	0 21 cms.,
Cabêlos	Castanhos escuros	prêtos
Olhos	Castanhos claros	prêtos

(GAZETA DO PIAUÍ, 25 de maio de 1957)

Segundo a descrição, as duas tinham a mesma altura, mas se diferenciavam em questão de centímetros em outras regiões. Chlórís então possuía um corpo vultoso em comparação ao de Francisca. Na discussão feita no primeiro capítulo, identificamos que para os padrões estéticos no decorrer da década de 1950 - um corpo mais “avantajado” ou o que ficou conhecido como “corpo violão” - era o que se observava e buscava nas mulheres, principalmente nessas posições de destaque visual nas quais se encontram as competidoras ao posto de *Miss*.

Após descrição das festas do concurso e as comemorações nos dias seguintes (domingo e segunda), a matéria sobre a eleição da *Miss* Piauí é encerrada com um trecho que demonstra qual o significado e sentimento de “beleza” para quem vivia e presenciava a ritualística desses eventos:

De modo geral, a gente teresinense prestou-nos cativantes homenagens, que muito nos sensibilizaram, cumulando-nos de gentilezas inesquecíveis. A eleição de Miss Piauí, 1957 – malgrado algumas incompreensões – não foi propriamente uma competição, mas uma parada de amizade e beleza em que as duas maiores cidade do Piauí, não se competiram, mas se uniram através dessa nova modalidade de fraternização que são os concursos de beleza. (GAZETA DO PIAUÍ, 25 de maio de 1957)

O concurso de beleza, conforme o passar das décadas e o desenvolver social, foi se modificando e mudando alguns valores. Diferente do que presenciamos na nossa contemporaneidade no objetivo do significado de ‘ser bela’, alguns valores são presentes conforme cada grupo social se identifica e almeja, ou seja, no ano de 1957 as mulheres brancas da classe alta e que tinham um padrão corporal propagandeado eram sinônimos da *verdadeira* beleza feminina, não significando *apenas* o exterior, a imagem, e a corporalidade, mas o espírito, o gesto, a conduta e a amistosidade entre elas – enquanto indivíduo– e aos outros a quem representa – o corpo social do qual faz parte.

A beleza é um movimento de unificação, celebração, amizade e até mesmo caridade; através de um é sentido por todos e nesse caso é apresentado na imagem da mulher, que é representada como o *objeto* no qual é possível ver e sentir isso. A representante da beleza também corresponde ao espaço em que ocupa - a *Miss*, a sua cidade.

Muito embora ela, a *Miss*, seja a protagonista da história da beleza, sua participação parece ser apenas figurativa a algo. Suas falas são limitadas e apenas agradecem uma cortesia, no jornal de sua cidade quem fala são os homens- sobre ela.

Na coluna intitulada *Chegada em Parnaíba*, é descrito alguns trechos já conhecidos do livro de Rubem Freitas, como “[...] com flamulas bem legíveis que diziam SALVE A MISS PIAUÍ 1957” (*GAZETA DO PIAUÍ*, 25 DE MAIO DE 1957). Em continuidade, é interessante observar que todos os homens citados, todos os cinco homens, falaram durante a festa em comemoração ao título de *Miss* Piauí, mas não é informado se Chloris falou a todos em sua própria festa:

A eleição de...

Laercio Bacelar e o Dr. Marc Jacob, tende este último entre as demais brilhantes palavras pronunciadas, dito o seguinte:

“Tinha comigo mesmo o propósito de não mais falar a misses, evitando as interpretações errôneas, dos que confundem um dever social, com algum interesse, entretanto falo a ti, Chloris, porque és Miss de minha terra e de meu Estado”.

Assim, parabenizamos ao Cassino por mais esta vitória empreendida, que não deixou de ser uma própria vitória de seu Presidente snr. Pires de Castro e sua digníssima esposa Dna. Iracema Pires de Castro. (*GAZETA DO PIAUÍ*, 25 de maio de 1957, p. 3)

Além da pouca presença de sua fala, a própria vitória de Chloris é atribuída ao Presidente do Cassino 24 de Janeiro. Em uma sociedade em que edifica a figura do homem como o provedor e o detentor de todo o poder em relação às mulheres, não há estranhamento quando identificamos esse comportamento ao longo dessas matérias.

Retornando a primeira página do dia 25 de maio, na coluna *Em Festa a Sociedade Parnaibana*, é retratado a festa oferecida pelo Rotary Club em comemoração a vitória da parnaibana no *Miss Piauí*, convidando outras comitivas rotárias para Parnaíba. Além da presença de Chlórís como a representante da beleza piauiense daquele ano, cada comitiva traria consigo as representantes da beleza de seus respectivos estados, “assim é que estarão reunidas hoje em Parnaíba Miss Teresina, Srta. Francisca Barros Moura; Miss Ceará; Miss Maranhão e Miss Amazonas”. (GAZETA DO PIAUÍ, 25 de maio de 1957, p. 1):

Em festa...

região de nosso país, citamos Miss Teresina, distinta moça com quem já tivemos a satisfação de privar por ocasião do recente concurso realizado na capital piauiense, ao qual concorreu com a representante de Parnaíba, Srta. Chloris Guimarães, fazendo-se desde logo merecedora de nossa simpatia, dada a lhanza de trato e o espírito de escol demonstrado em face do julgamento do júri que proclamou Miss Piauí sua leal e bela competidora.

Nossas homenagens, é claro, aqui também rendemos as demais representantes dos Estados do Ceará, Maranhão e Amazonas, desejando aos distintos caravaneiros que ora nos visitam uma agradável estada entre nós.

Em regozijo a essa aproximação de amizades e congraçamentos dos mais belos sentimentos de todos os que visitam Parnaíba neste momento, o Cassino 24 de Janeiro promoverá uma festa esta noite em seus vastos salões, como uma homenagem ao Rotary Clube local.

Parabéns a sociedade parnaibana pelo ensejo que tem hoje de deliciar-se com acontecimento tão distinto. (GAZETA DO PIAUÍ, 25 de maio de 1957, p.2)

Na história dos eventos sociais de Parnaíba, principalmente no decorrer do século XX, além de cantoras e cantores famosos, atores e políticos, as misses de quase todos os estados do Brasil estiveram em terras parnaibanas. A única que não se fez presente foi Martha Rocha, como Rubem Freitas ressaltou em *Parnaíba tem Memória*.

Bailes, recepções e outros eventos sociais organizados pelos grupos mais influentes na cidade reuniam as mulheres símbolo da beleza feminina daquela década para celebrar a beleza.

Imagem 36 - Mulheres no evento do Rotary, s/d.



Fonte: Arquivo pessoal de Lúcia Machado, retirado do Grupo Parnaíba das Antigas.

A repercussão da vitória de Chlórís foi tamanha que além de festas, bailes, matérias sobre o concurso, nas páginas dos jornais também encontramos poemas, poesias e crônicas de escritores parnaibanos. Na edição de capa, em meio as matérias já analisadas acima, em destaque J. Cunha escreveu sobre a parnaibana:

Crônica à Miss Piauí 1957

Escreveu J. Cunha

Cloris, teu belo sorriso, voz modulada, constituição física apreciável, passaram e repassaram, galhardamente, no salão principal do Clube dos Diários e, arrancado aplausos calorosos e sinceros da sociedade teresinense, naquela noite de gala; conseguiste com maravilhosa consagração, o merecido e honroso título de Miss Piauí 1957. Na vasta riqueza que possuis, de elevados recursos morais, físicos e de viva inteligência adiciona-se, agora mais este, de ser entre as belezas femininas piauienses, a de maior perfeição na atualidade, a mulher mais graciosa e bonita entre as demais existentes neste nosso Piauí.

Estas possuída do cetro da nossa beleza feminil, e a colônia parnaibana radicada nesta hospitaleira “Cidade Verde”, minha distinta Cloris, sente-se altamente jubilosa, pelo papel magistral que dignamente desempenhaste na missão, que a sociedade parnaibana te confiou. A representação perfeita e aluva que tão bem fizeste da mulher da terra de Simplicio Dias da Silva, honra e dignifica no Piauí, o nome da mulher da nossa querida Parnaíba. És a primeira jovem da “Princesa do Igaracú”, que alcança a glória do invejável título, da mais bela piauiense, dando um

testemunho preciso do valor da nossa terra. As duas batalhas já vencidas, lá e aqui (Miss Parnaíba e Miss Piauí), são provas irrefutáveis das excelsas qualidades de que és dona, a fim de poderes partir com o coração palpitando de contentamento para a terceira luta, sempre com o pensamento certo de engrandecer e elevar o bom nome deste Piauí sofredor.

Vai, Cloris, com fê em Deus, em busca do tão almejado título de “Miss Brasil” com a mente sempre voltada para os inúmeros piauienses, que aqui ficam aguardando ansiosos, o teu e nosso sucesso. Adeus! que partas com transbordante felicidade n’almas. Estrela d’Álva da nossa beleza feminina, e que lá do alto o senhor acompanhe teus angelicais passos, guiando-os para o caminho da vitória final. (CUNHA, in *GAZETA DO PIAUÍ*, 25 de maio 1957, p.1)

O sucesso e reconhecimento de uma Miss é um acontecimento coletivo; apesar de individual, gera um sentimento de pertencimento e quem está de fora sente como se participasse. Semelhante a uma disputa de futebol ou um movimento político, os concursos de beleza criam um *movimento de beleza* que atingem ou tentam atingir a todos.

Constantemente nas matérias se encontra trechos como *os parnaibanos, a sociedade parnaibana, seus conterrâneos*, mas sabemos que apesar de todos estarem informados, se trata apenas de um grupo seletivo. De quem se fala nessas notícias? O mesmo grupo que a indicou, que participava das mesmas atividades, que acompanhava essa jornada, que a financiou e a divulgou. Apontar a não participação do restante da sociedade parnaibana seria um erro, pois como vimos em fotografias, Chlórís sempre esteve em suas recepções rodeada por populares, mas não deixa de destacar que havia uma diferença de classes dentro desse movimento de beleza e “essa sociedade parnaibana” que almeja se reconhecer naquela mulher símbolo de um padrão de beleza feminina específico, tratando-se das classes sociais mais altas da cidade.

Intitulada de *Princesa do Igaracú*, Chlórís foi a única parnaibana - até os dias atuais – a conquistar o título de Miss Piauí. Na página 3 da edição do dia 25 de maio, que narrava a cobertura do evento, uma nota de observação fez-se presente: Antônio Bugyja Brito publicaria um texto para Chlórís.⁴⁸

A efervescência sobre o título de beleza continuou nas páginas do jornal e nas edições após o concurso na capital. Assim, foi identificadas notas nas quais não se tinha conhecimento quando se falava da *Miss Piauí 1957*. Nas edições dos dias 01, 05 e 08 de junho de 1957, nas páginas do *Gazeta*, encontram-se notas sobre a 1ª edição da *Revista Igaracú*,

⁴⁸ Importante escritor piauiense nasceu em 1907 na cidade de Oeiras (PI) e faleceu no Rio de Janeiro em 1992, foi Bacharel em Direito, co-fundador do jornal “O Lábaro” (1926) e membro da Academia Piauiense de Letras. A edição posterior ao dia 25 de maio, que foi publicada no dia 28 de maio (sábado) – seguindo a cronologia das obras analisadas – não foi encontrada.

Através desse jornal, obtivemos pela primeira vez a notícia que durante os acontecimentos do concurso, entre Parnaíba-Teresina-Rio de Janeiro, foi publicado uma revista exclusivamente para falar sobre a *Miss Piauí 1957*. No anúncio, é informado que a revista seria uma espécie de homenagem para Chlóris e que foi dirigida por José Cunha, mesmo autor que escreveu a *Crônica à Miss Piauí 1957*. Infelizmente não sabemos mais informações sobre a revista, que até então não era do conhecimento dos historiadores locais. Na edição do dia primeiro, além de trazer a chamada para a publicação da revista, havia um poema de José de Arimatéia sobre a *Miss*.

A associação da beleza divina, a exaltação da imagem da *Miss* ligada a sua terra e a esperança do tão almejado título nacional, compõem os versos do poema de Arimatéia, que não foi o único nas edições. Após o concurso piauiense, Chlóris partiu para o Rio de Janeiro para a competição de Miss Brasil.

4.3 Chlóris Fontenele nas páginas de jornais e revistas no Brasil

A partida de Miss Piauí 1957 para o Rio de Janeiro foi destaque nas páginas do jornal *Gazeta do Piauí*, mas diferente de um contexto regional, agora Chlóris estaria estampada nas páginas dos jornais de outros estados. A presença feminina durante o período dos concursos é constante nesse momento nos folhetins de mais destaque, principalmente os que faziam parte do Diários e Associados. Como o evento era organizado por essa associação, cabia a eles a cobertura diária de todos os acontecimentos estadual e nacional.

No Rio de Janeiro a chegada da Miss Piauí foi anunciada na edição de quarta-feira do dia 5 de junho de 1957 do *O Jornal*:

COMEÇAM A CHEGAR AS CANDIDATAS ESTADUAIS AO TÍTULO DE MISS BRASIL

Miss Piauí 1957 chegará ao Rio hoje às 14 horas

Cloris Maria Guimarães Fontenele- a primeira bela concorrente ao cetro máximo da beleza brasileira a desembarcar – Eleição de Miss Estado do Rio domingo no Hotel Quitandinha – Sob o patrocínio exclusivo do Leite de Rosas o Concurso de Miss Brasil no Distrito Federal – Eleição de Miss Distrito Federal: 15 de junho no Maracanãzinho – 22 de junho: eleição de Miss Brasil no famoso Hotel Quitandinha A's 14 horas de hoje, em "covair" da Panair do Brasil chegará ao Rio a senhorita Cloris Maria Guimarães Fontenele, eleita, recentemente, "Miss Piauí 1957", no Concurso de Miss Brasil – Miss Universo, promovido pela municipalidade de Long Beach (Califórnia) e pelos "maillots" Catalina e lançado, em todo o território nacional, pelos "Diários e Emissoras Associados", sob o patrocínio exclusivo, no Distrito Federal, do leite de Rosas, o supremo embelezador da mulher mundialmente consagrado.

Será a linda representante piauiense a primeira concorrente estadual a chegar a esta Capital, no presente certame de elegância e beleza, Cloris Maria é descendente de

tradicional família nordestina, moça de muitos predicados de beleza física, de muito desembaraço social e cultural. [...] (O JORNAL, RJ, 5 de junho de 1957)⁴⁹

Miss Piauí foi à primeira candidata dos estados brasileiros a chegar ao Rio de Janeiro para a competição. Sua chegada estava marcada para as 14h do dia 5 de junho. *O Gazeta*, também, no mesmo dia, logo tratou de divulgar em Parnaíba a viagem ao Rio.

A matéria trata da ida de Chlórís ao Rio e todos os predicados que a fizeram ganhar o título de mulher mais bela do Piauí. É informado que o concurso de *Miss Brasil* acontecerá no dia 28 de junho de 1957, no Hotel Quitandinha, no qual as demais participantes dos estados brasileiros concorrerão ao título:

Está no...

Muitas “girls”, estarão reunidas em busca do título máximo, que, sem dúvida, encherá a eleita de grande satisfação. Mas como na opinião abalizada da Vicent Frotta não há um tipo universal de beleza, esperamos que a nossa linda representante se destaque pelas suas incontestáveis qualidades físicas e espirituais.

A bancada federal no Rio prestigiará nossa embaixatriz no certame, participando do apoio todos os deputados e senadores piauienses. Ao telegrafar a câmara local a Chagas Rodrigues, logo prontificou ser o nosso eminente amigo a cooperar para maior brilhantismo da missão que ora desempenha Chlórís Guimarães.

Finalizamos aqui formulando os melhores votos por um resultado consagrador à nossa rainha da beleza piauiense digna por todos os títulos de tal merecimento. (GAZETA DO PIAUÍ, 5 de junho de 1957, p. 3)

Nessa mesma edição, José de Arimatéia publicou:

Miss CHLORIS e o Piauí.

José de Arimatéia

Parnaíba, realmente, soube viver aqueles inolvidáveis e memoráveis dias de 25, 26 e 27 de maio. Parnaíba metamorfoseou-se num verdadeiro teatro, cujo palco foi o “Cassino 24 de Janeiro”, por onde desfilaram as mais encantadoras “Girls” destes dois nacos da terra Cabralina. O Piauí, e mormente Parnaíba, esta progressiva e acolhedora cidade, que, constantemente é osculada pelas águas barrenta e revoltas do Rio Parnaíba, soube apresentar aos seus íncolas a excepcional beleza e esbelto perfil da Senhorita Chlórís Maria Guimarães Fontenele cujo nome é conhecido, atualmente por “Miss Piauí 1957”.

Assim como o Piauí, o Maranhão, a “terra das palmeiras onde canta o sabiá”, também apresentou sua miss-Malvina Maria, tipo real mulher da terra Gonçalves. Mas aqui, meus leitores, coloco um cantinho separado o Maranhão com sua esbelta e encantadora Miss, para falar, particularmente, sobre a beldade parnaibana, essa mulher que, digna e merecidamente, representa a beleza piauiense.

Sou Maranhense. Mas neste instante, julgo-me piauiense no espírito, por isso, sou obrigado a escrever e falar com mais veemência e inspiração a respeito da “miss Piauí” que, realmente, suplantou em beleza a Malvina de minha terra. CHLORIS MARIA GUIMARÃES FONTENELE nós todos a conhecemos. Talvez até o

⁴⁹

insipiente caboclo do sertão piauiense, não a conheça pessoalmente, mas, incalculadas vezes, no seu tímpano auditivo ressoou, intrepidamente, o nome desse ente que revoluciona a população Parnaibana-Chloris! Chloris... Hoje, já não é a CHLORIS como chamávamos há vários meses, e sim, “MIS PIAUÍ 1957”. Chloris é a beleza inimitável, a personalidade e inteligência personificadas, o perfil garboso que nos encanta, extasia e inspira a aurora. É Chloris a vencedora que toma assento no áureo trono da glória, e nos fuzila com os mais voluptuosos sorrisos de deusa... Tu, Chloris, és o expoente máximo da sociedade piauiense. És bela, por isso, todos os olhares para ti se convergem, até as estrelas da abóboda celeste projetam sobre tua face doirados raios, ofuscando-te os olhos e doirando tua cabeleira de deusa!

E, agora, Chloris, a Parnaíba e o Piauí se prostam aos teus pés e te reverenciam, porque te reconhecem como verdadeira rainha e soberana. Jamais poeta algum, da idade antiga ou contemporânea, quer Dante ou Olegario Mariano, Homero Cícero ou Vervillio, se seria capaz, através da métrica e inspiração infalíveis, exaltar-te como o mereces. Tua beleza e simplicidade jamais poderão por algum poeta ser traduzidos na poesia, porque tanto inspiras, mas não ainda existem na língua vocábulos que expressem e sintetizem o que, realmente, és.

Chloris, eu te pergunto, agora, pretendes ser “MISS BRASSIL” ao MISS UNIVERSO? Se isto te indago é porque possuis credenciais para representar, de Norte a Sul ou de um Polo ao outro, a mulher brasileira ou a beleza mundial. Certo é que, na Cidade Maravilhosa disputarás com as demais representantes de outros estados brasileiros deste magnificentíssimo nome de “MISS BRASIL” a que os parnaibanos e eu te auguramos.

Vais Chloris, e confia na tua beleza sem par e personalidade que te farão ser alvo das pupilas de todos os brasileiros.

Boa viagem, Chloris, e bom êxito. Tá? (*GAZETA DO PIAUÍ*, 5 de junho de 1957, p. 1 e 2)

Carregado de elogios, o texto além de valorizar a imagem da parnaibana descreve alguns sentimentos sobre o olhar de um “forasteiro” sobre a cidade, as vivências cotidianas, seus personagens e suas aspirações na “nova terra”.

Analisado no capítulo anterior, a citação aos autores que discutiram sobre as métricas da beleza perfeita nos séculos anteriores foi retomada nos discursos sobre a beleza feminina no decorrer da década de 1950. Termos como “rainha”, “deusa” e até mesmo a “beleza e simplicidade” são muitos comuns de serem encontradas nas descrições sobre as mulheres e principalmente as misses.

Na capa da edição do dia 6, novamente no *O Jornal* é noticiada a chegada de Chlórís como forte candidata ao cetro da beleza. Na imagem a seguir, ao lado da matéria, uma criança beija o rosto da Miss Piauí no aeroporto do Galeão, no qual reforça a imagem da mulher que mesmo na exibição em concursos de beleza não está distante dos ideais de família e maternidade.

Imagem 37 - Chegou ontem Miss Piauí 1957, O Jornal (RJ), 6 de junho 1957.

O diretor da DOPS não acredita na existência de complot

De alçada da Marinha a segurança a bordo de vasos de guerra, nela não interferindo a DOPS — Declarações do coronel Danilo Nunes a reportagem de O JORNAL.

A divulgação, ontem à noite, por algumas estações de rádio, da existência de um complot, visando um atentado contra o presidente Craveiro Lopes, a bordo do "Barroso", levou a reportagem de O JORNAL a um contato com o diretor da Divisão de Ordem Política e Social, a fim de conhecer as providências acaso tomadas pela polícia política em torno do fato.

Afirmando ser inteiramente destituída de veracidade a notícia da existência de qualquer complot contra o presidente português, o coronel Danilo Nunes...

Continua na 7.ª página

ANO XXXVII QUINTA-FEIRA, 6 DE JUNHO DE 1957 N.º 11.269

O JORNAL

DO RIO DE JANEIRO

ORÇÃO LÍDER DOS DIÁRIOS ASSOCIADOS

Será cedida à Petrobrás a produção extralimite das refinarias particulares

CHEGOU ONTEM "MISS PIAUÍ 1957"

Na tarde de ontem, às 18 horas, desembarcou no aeroporto da Galeão a primeira candidata estadual ao Concurso de Miss Brasil—Miss Universo, promovido pela municipalidade de Long Beach e pelos mollots Catalina e lançado, em todo o território nacional, pelos Diários e Emissoras Associados, sob o patrocínio exclusivo, no Distrito Federal, do Leite de Bostas, o supremo embelezador da mulher, mundialmente consagrado. Colorosa recebeu hoje a senhorita Cloris Maria Guimarães Fontenele, "Miss Piauí 1957", que a todos impressionou com a sua grande beleza, simpatia e elegância. No consenso unânime dos presentes Cloris Maria será fortíssima candidata ao título de Miss Brasil. Na foto acima, vemos "Miss Piauí 1957", sendo beijada por uma pequena id, ainda no Galeão. (Noticiário sobre o Concurso de Miss Brasil na segunda página do segundo caderno).

Decreto assinado ontem pelo presidente da República regulando o assunto — Do maior interesse para a economia do país o aproveitamento máximo da nossa capacidade de refino — Inspirada no alto propósito de aliviar a nossa balança comercial a resolução do CND — Solução sem quebra do monopólio estatal e prejuízos dos interesses nacionais (TEXTO NA 6.ª P.)

Ponto facultativo

O Gabinete Civil da Presidência da República enviou, de acordo com deliberação do sr. Juscelino Kubitschek, comunicação aos Ministérios, repartições públicas, autarquias e demais órgãos subordinados à Presidência, considerando facultativo o ponto no próximo dia 10 do corrente mês, em homenagem ao Dia de Portugal e ao seu presidente, general Craveiro Lopes...

2 CADERNOS: 18 PAGINAS

O TEMPO

Previsão do tempo fornecida pelo Serviço de Meteorologia do Ministério da Agricultura, válida até as 18 horas de hoje: Tempo bom, nevoeiro pela manhã. Temperatura estável. Ventos variáveis, frescos.

Máxima 27.2
Mínima 11.8



FONTE: O Jornal, RJ, 6 de junho de 1957. Hemeroteca Digital. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=110523_05&pagfis=52319. Acessado: 08/04/2021.

Após a *Gazeta do Piauí* e *O Jornal*, em Curitiba através do *Diário do Paraná* (1955 a 1983) a presença de *Miss Piauí 1957* no Rio foi noticiada nas edições do dia seguinte:

Chegou ao Rio a candidata do Piauí a "Miss Brasil"

Rio, 5, (Meridional) – Desembarcou hoje, viajando via aérea, no Rio, a primeira candidata estadual ao cetro de Miss Brasil no concurso promovido pela municipalidade de Long Beach e pelos Maillots Catalina e lançado em todo o território brasileiro pelos Diários e Emissoras Associados sob o patrocínio exclusivo, no Distrito Federal, do Leite de Rosas. Trata-se de Cloris Maria Guimarães Fontenelli, Miss Piauí 1957, que teve concorrido desembarque. (DIÁRIO DO PARANÁ, 1957, p. 01)

Já se encontra no Rio

Dedica Grande Interesse Pelos Livros a Srta. Cloris Fontenele, “Miss Piauí”

Entusiasmada e com muita esperança pela conquista da cobiçada láurea de Miss Brasil – Adora os esportes, mas não os pratica

RIO, 6 (Meridional) – Às 18 horas de ontem, desembarcou do Galeão a primeira candidata estadual ao cetro de Miss Brasil, no concurso promovido pela municipalidade de Long Beach e pelos “maillots” Catalina e lançado, em todo o território nacional, pelos Diários e Emissoras Associados, sob o patrocínio exclusivo, no Distrito Federal, do Leite de Rosas, o supremo embelezador da mulher, mundialmente consagrado.

Em sua cativante beleza, Cloris Maria Guimarães Fontenele, Miss Piauí 1957 a todos impressionou por suas maneiras fidalgas, sua tez morena, seus olhos castanhos e bonitos e, sobretudo, pela sua elegância. Na opinião de todos quantos se fizeram presentes ao desembarque da linha piauiense Cloris é uma das mais disputadas do cetro máximo da beleza brasileira.

HONRA E RESPONSABILIDADE

A reportagem “associada” as primeiras palavras de Cloris Maria foram:

- Sinto-me imensamente honrada em poder representar o meu Estado natal nesta grande competição de elegância e beleza da qual tomam parte moças de indiscutíveis méritos de beleza e cultura.

A eleição de Cloris se efetuou durante o baile realizado em Parnaíba, pelo Cassino 24 de Janeiro, registrando-se a contagem de oito votos contra dois. Cloris é morena, 1,70 de altura, cabelos castanhos, anda com grande desembaraço e a todos cativa com sua extraordinária simpatia. Em sua viagem ao Rio fez-se acompanhar pelo Inspetor da Alfândega de Parnaíba, Sr. Pires de Castro e Senhora e pela sua progenitora, Da. Evarinta Fontenele.

HUMBERTO DE CAMPOS

Durante a palestra com a reportagem, entre os abraços afetuosos dos seus conterrâneos. Cloris Maria revelou seu grande amor à leitura destacando como escritor Humberto de Campos. Disse, ainda que adora todo os esportes, mas não pratica nenhum. Tem o curso ginásial completo e sempre que sobra tempo está às voltas com os bons livros.

MUITAS ESPERANÇAS

Concluindo, declarou a linda Piauiense:

- Sei, perfeitamente, que enfrentarei candidatas as mais credenciadas. Mas acontece que a esperança é a última que morre e eu não poderia esconder de tão cobiçado título de Miss Brasil. (DIÁRIO DO PARANÁ, 1957, p. 3)

Para os leitores de Curitiba, é apresentado o perfil da piauiense como uma das fortes candidatas ao título. Exaltando a beleza e simpatia da miss, é informada sua preferência pela leitura, principalmente nos escritos do parnaibano Humberto de Campos e a adoração aos esportes, apesar de afirmar que não praticava nenhum. Adorar os esportes, mas não os praticar era quase um hábito comum, visto que dentro da história dos cuidados corporais femininos não era bem visto. Segundo Sant’Anna (2014, p.38), a relação mulheres e esporte não era incentivada, pois segundo as propagandas veiculadas, até mesmo nas décadas anteriores a

1950, “representava um risco para a saúde uterina das mais jovens e uma incidência para as mais velhas. As atividades destinadas as mulheres estariam mais voltadas as práticas que realçavam seus traços leves e femininos, assim repugnando o excesso de exercício que trariam resultados corporais visíveis”.

Mas, vale insistir, não foi fácil nem rápido aceitar a imagem de mulheres praticando esporte. Mesmo quando a propaganda mostrava desenhos e fotografias de jovens em plena atividade, havia tendência em associar suas posturas ao balé clássico. (SANT’ANNA, 2014, p. 39)

Não escondendo a vontade em sair vitoriosa da disputa a coroa de *Miss Brasil*, as falas de Chlóris remetem sempre a beleza, elegância e cultura em relação as mulheres que estão na mesma disputa, através dos perfis narrados sobre as outras misses.

O *Diário de Pernambuco* (Recife), em seu cabeçalho, se identificava como o “jornal mais antigo em organização na América Latina”. Órgão dos “Diários Associados” também trouxe uma nota sobre Chlóris na sua edição de terça-feira, 07 de junho de 1957.

Na edição do dia 09 de junho, no *O Jornal* (RJ), a página 12 é totalmente destinada a falar sobre os eventos do concurso, bem como suas candidatas e patrocinadores:

MISS BRASIL: QUITANDINHA

Sem dúvida alguma, será um dos maiores acontecimentos sociais do ano a festa de eleição de Miss Brasil, marcada para o dia 22 do corrente nos luxuosos salões do Hotel Quitandinha. No famoso hotel serrano estarão reunidas as mais lindas jovens brasileiras, na disputa do título que dará o direito de representar o país na jovial assembleia de Long Beach.

As misses estaduais ficaram no Guanabara Palace hotel. (O JORNAL, RJ, 9 de junho de 1957)

No canto esquerdo da página, semelhante às notícias do *Diário do Paraná*, novamente no *O Jornal* é veiculado uma matéria sobre a Miss Piauí:

VIAJAR: O SONHO DA CANDIDATA DO PIAUÍ

Chegou ao Rio, antecipando-se às demais, a senhorita Cloris Maria Guimarães Fontenele – Rápido perfil da sucessora de Teresinha, através de ligeira palestra – Uma tradição que se confirma

ANTECIPANDO-SE às demais que virão, nestes dias, procedentes de todos os Estados da Federação, chegou ao Rio de Janeiro, em avião da carreira, “Miss Piauí 1957”, senhorita Cloris Maria Guimarães Fontenele, eleita em pleito memorável na capital do seu Estado.

Todos estamos lembrados do sucesso que fez, no ano passado, aqui e em Quitandinha, Teresinha Alcântara, a jovem e bonita moreninha que o Piauí mandou ao Rio, como representante. Teresinha fez furor entre os “experts”, deu margem a

muitas manchetes e foi considerada forte concorrente às finalíssimas, de acordo com inúmeras previsões.

Agora, quando chega ao Rio “Miss Piauí 1957”, confirma-se uma tradição. Cloris é bonita, dessa beleza intimamente associada a graça natural, e tem por si uma simplicidade realmente encantadora.

Ontem, mesmo, pouco depois de sua chegada, recebeu gentilmente a reportagem do O JORNAL, mantendo com o repórter uma palestra que se caracterizou pela espontaneidade e durante a qual revelou, a par de beleza e simpatia, muito espírito e vira inteligência.

RAPIDO PERFIL DE “MISS PIAUÍ”

Miss Piauí tem dezenove anos, conversa com grande desenvoltura e foi fácil colhermos, as sua palestra, certos detalhes que poderão servir para um rápido esboço da sua personalidade.

Nasceu Cloris Maria Fontenele, em Parnaíba, de pai cearense e mãe amazonense, tem o curso secundário e tem na leitura a sua distração preferencial, embora goste muito de cinema e teatro.

HUMBERTO DE CAMPOS

AUTOR PREDILETO

No curso da palestra mantida com Miss Piauí, verificou o repórter que Cloris tem predileção especial por Humberto de Campos, o que se justifica, pois o grande homem de letras é filho de sua terra. Falando do imortal escritor, Cloris estendeu-se em considerações sobre a sua vida e a obra que deixou, o que revela, da sua parte uma grande sensibilidade.

ELOGIO AO CONCURSO DE MISS BRASIL

Falando sobre o Concurso de Miss Brasil, Cloris declarou-se entusiasmada com o mesmo, tendo oportunidade de dizer-se agradecida e honrada com a escolha que recaiu sobre a sua pessoa, prometendo tudo fazer para representar condignamente a beleza da mulher piauiense, no sensacional certame que se aproxima.

VIAJAR, UM GRANDE SONHO

Prosseguindo, Cloris declarou ser uma entusiasta das viagens, sendo seu sonho conhecer todo o Brasil e exterior. A Itália, terra que aprendeu a amar através de leituras, constitui a região do estrangeiro que mais anseia por visitar.

Aí está um rápido perfil de Cloris Maria Guimarães Fontenele, “Miss Piauí de 1957”, uma simpatia, que, tudo indica, vai representar condignamente o seu Estado no concurso para a escolha de Miss Brasil. (O JORNAL, 1957, p.12)

Chlórís é uma jovem de 19 anos, estudada, que em suas distrações gosta de ler, de cinema e de teatro. Novamente é noticiado sobre suas predileções aos escritos de Humberto de Campos e fazem referência de serem conterrâneos⁵⁰. Entre seus gostos culturais, é destacado seu sonho de viajar. Um dos destaques da matéria é a chegada antecipada de Chlórís ao Rio para a competição. Relembrando a Miss anterior enviada representando o estado do Piauí, a descrição feita a Miss 1957 é a sua beleza como graça natural, que encanta pela simplicidade. Esse tipo de análise do perfil feminino era muito comum nesse período, o que remete a um ideal renascentista⁵¹. Durante tal período a graça foi redefinida como um

⁵⁰ Na verdade Humberto de Campos é maranhense. Nasceu na cidade de Piritiba (que hoje leva o seu nome) e após o falecimento de seu pai, quando ele ainda era muito novo, mudou-se para Parnaíba-PI, cidade onde plantou o seu famoso cajueiro (patrimônio da cidade). Foi para São Luís, depois Belém e por fim para o Rio de Janeiro. Disponível em: <https://agendaespirita.com.br/2016/03/02/humberto-de-campos-em-parnaiba-e-como-expressao-nacional/>. Acessado: 13/05/2021.

⁵¹ Ideal que valorizava a imagem natural e divina. Segundo Umberto Eco (2014, p. 176), a Beleza foi concebida segundo uma dupla orientação que para nós, modernos, parece contraditória, mas que para os homens da época

termo secular, sendo usado para descrever o rosto e o corpo de mulheres lindas. De acordo com Naomi Wolf “[...] a maioria das pessoas tem consciência de que uma espécie de luz radiosa pode surgir de rostos e corpos, tornando-os verdadeiramente belos”. (WOLF, 2019, p. 155)

A exposição do perfil das misses nos jornais é uma forma de fazer com que o público leitor as conheça entre seus gostos, sonhos e destacando as particularidades de suas belezas. Não apenas como uma forma de conhecimento, mas na própria identificação e na composição de suas torcidas. É também através dos jornais que podemos observar o percurso feito pela Miss Piauí até o Rio:

Miss Piauí...

alvo da pupilas dos cariocas que a receberam apoteoticamente e bradavam; “O Piauí, realmente, apresentou sua MISS”.

E, agora Miss Piauí 1957, no Rio, esperançosa, talvez, espera o dia sensacional e que desfilará, a vista de todos os srs. Juízes que a declararão ou não “Miss Brasil 1957”.

Aqui, em Parnaíba, Chloris, teus conterrâneos velam por tua vitória. (GAZETA DO PIAUÍ, 15 de junho de 1957, p.1)

Em percurso, Chlórís saiu de Parnaíba - PI até Fortaleza, a capital do Estado do Ceará, e foi homenageada com uma festa no Clube do Náutico Fortalezense. Chegando ao Rio, foi recebida pelos cariocas e pelo deputado piauiense Chagas Rodrigues, posteriormente recebeu uma festa de homenagem do clube da Aeronáutica. Foi observado entre as análises dos jornais que as misses de cada estado ao chegar ao Rio de Janeiro eram homenageadas por um clube local.

Na mesma página da matéria acima, uma nota no canto inferior direito se destaca com o nome de Chlórís. Trata-se de um telegrama do vereador Alcenor Candeira para a Miss Piauí. Todos os setores sociais estavam envolvidos ao título de beleza, principalmente a política:

Mais uma ação do Vereador Alcenor Candeira em favor de CHLORIS

Desde das primeiras iniciativas em prol do nome da Sta. Chloris Maria Guimarães Fontenelle ao posto de Miss Piauí por sinal vitoriosa, concorrendo prestes ao título de Miss Brasil, o vereador Alcenor Candeira com a cooperação dos seus colegas de bancada, tudo tem feito em favor da mais bela Parnaibana, como por exemplo agora, transmitiu individualmente para o Rio de Janeiro, o seguinte telegrama. –

DOUTOR RIBAMAR CASTELO BRANCO
DOMINGOS FERIRA 102 APARTAMENTO 201
COPACABANA

era, ao contrário, coerente. A Beleza é, de fato, entendida seja como imitação da natureza segundo regras cientificamente estabelecidas, seja como contemplação de um grau de perfeição sobrenatural, não perceptível com a visão porque não contemplamente realizado no mundo sublunar.

RIO DE JANEIRO
PEÇO PREZADO AMIGO DISPENSAR ESPECIAIS CONSIDERAÇÕES
SENHORITA CHLORIS GUIMARÃES PORTADORA HONROSO TÍTULO DE
MISS PIAUÍ ET COMPONENTES COMITIVA HOSPEDADOS EXCELSIOR
HOTEL VG FAZENDO INCLUSIVE COBERTURA IMPRENSA PONTO
AGRADECEREI ABRAÇOS ALCENOR. (GAZETA DO PIAUÍ, 1957, p.1)

Voltando a passagem da *Miss Piauí* por Fortaleza, também foi noticiada na edição de domingo, 16 de junho de 1957, no *Diário de Pernambuco*:

Em trânsito para o Rio, Miss Piauí

Em trânsito para o Rio, encontra-se em Fortaleza a senhorinha Cloris Maria Guimarães Fontenelle, Miss Piauí 1957, a qual vem sendo alvo de excepcionais homenagens por parte da sociedade fortalezense. (*DIÁRIO DE PERNAMBUCO*, 1957, p.1)

A data de publicação da nota é posterior a data em que Chlóris passou por Fortaleza. Ela saiu de Parnaíba no dia 02 e esteve por Fortaleza até o dia 04, pois chegou ao Rio no dia 05, segundo o próprio *Gazeta* e *O Jornal*. Após as notícias da trajetória de Chlóris, sua ascensão a *Miss Parnaíba* e *Miss Piauí*, as festas que recebeu e seus gostos particulares, inicia-se os preparativos para a grande competição de *Miss Brasil*.

Imagem 38 - Propaganda concurso Miss Brasil 1957 no Hotel Quitandinha.



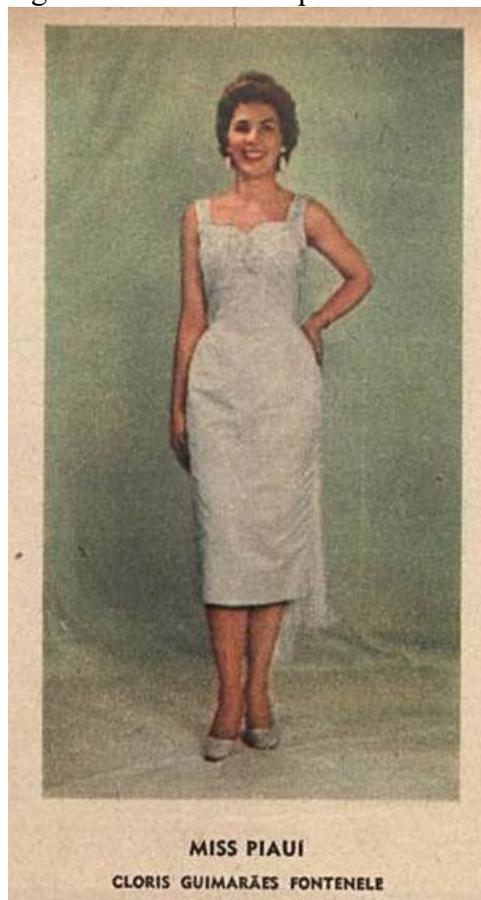
Fonte: O Jornal (RJ), 7 de junho 1957. Hemeroteca Digital. Disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=110523_05&pagfis=52338. Acessado: 14/05/2021.

No sábado, 22 de junho de 1957 realizou-se o concurso de *Miss Brasil*. Na edição do *Jornal Correio da Manhã* (RJ), de domingo 23 de junho, na página 4 do 1.º caderno, uma continuação da capa que traz a matéria “*Miss Amazonas eleita “Miss Brasil 1957”*” narrou todos os acontecimentos do evento no Hotel Quitandinha, onde Chlórís desfilou em 14º lugar. No top 5 das finalistas ficaram: Misses Amazonas (Terezinha Gonçalves Morango), Rio Grande do Sul (Maria do Socorro Gurgel), Ceará (Lia Guimarães de Castro), Paraná (Karin Japp) e Minas Gerais (Maria Dorotéia); entre as quais as preferidas eram Miss Ceará e Miss Amazonas. Na mesma matéria uma coluna intitulada “*Má organização*” reclamava da organização que deixou a desejar, salão pequeno para a quantidade de pessoas presentes. Foi destacado ainda que a realização do concurso no Maracanãzinho teria sido melhor, pois nem mesmo os fotógrafos, locutores e repórteres conseguiram trabalhar direito em um ambiente tão confuso.⁵²

⁵²http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=089842_06&pagfis=77981&url=http://memoria.bn.br/docreader/#. Acessado em: 02/04/2021.

A revista *O Cruzeiro* também fala da Miss Piauí, trazendo uma foto em cores de Clóris:

Imagem 39 - Miss Piauí para *O Cruzeiro*.



FONTE: Revista *O Cruzeiro* (RJ), 1957. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=003581&pagfis=112924> Acesso: 02 de abril de 2021.

A foto acima faz parte da edição de 13 de julho de 1957, que trouxe fotos coloridas de todas as candidatas à Miss Brasil 1957. A revista, que também fazia parte dos Diários Associados, cobriu o evento entre fotografias e reportagens:

Lançada no Rio de Janeiro (RJ) em 10 de novembro de 1928 por Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, *O Cruzeiro* foi uma das mais proeminentes revistas ilustradas da história da imprensa brasileira. Circulando semanalmente em todo o território nacional, foi um dos primeiros órgãos a integrar os Diários Associados, a primeira rede de comunicação brasileira, que, em seu auge, contabilizaria 36 jornais, 18 revistas, 36 rádios e 18 emissoras de televisão, dentre as quais, a TV Tupi. Fundada num período de franca expansão da rede, quando Chateaubriand já mantinha *O Jornal*, a revista foi um dos bastiões dos Associados, tendo revolucionado o mercado editorial brasileiro ao criar e ditar padrões, além de ter influenciado fortemente a opinião pública nacional de acordo com as predileções políticas de seu proprietário. Com a decadência da cadeia após a morte de

Chateaubriand, em 1968, o semanário perdeu muito de seu brilho na década de 1970, até fechar definitivamente em 1985.

O idealizador d'*O Cruzeiro*, ao contrário do que possa parecer, não foi Assis Chateaubriand. O projeto editorial da revista, visando grande circulação, foi concebido pelo jornalista português Carlos Malheiro Dias, criador da Empresa Gráfica Cruzeiro S.A. No entanto, o capital necessário para manter tal empreitada não estava em suas mãos e a recém-fundada empresa foi passada a Chateaubriand, que conseguiu os recursos necessários através de um empréstimo junto ao Banco da Província, intermediado pelo então ministro da Fazenda Getúlio Vargas. O banco era propriedade do então recém-nomeado presidente do Banco do Brasil, Antônio Mostardeiros, e o caráter político da negociação era altamente conveniente tanto a Chateaubriand quanto a Vargas, que teria o total apoio dos órgãos Associados à Aliança Liberal e à Revolução de 1930. Malheiro Dias acabou figurando como o primeiro diretor da revista, ao lado de José Mariano Filho, o diretor-presidente. (BRASIL, 2015)

Para além do caráter ilustrativo do cotidiano da classe média brasileira, a revista tinha um caráter de cunho político. Cobriu diversos eventos de beleza e na década de 1950 moldou todo o comportamento social de suas leitoras:

Esta imprensa particulariza-se por dirigir-se para o público feminino, ainda que nem sempre tenha sido produzida por mulheres. [...] atraentes e diversificadas, as revistas são procuradas e apreciadas por propiciarem momentos de entretenimento e prazer, bem conhecidos por quem folheia uma publicação colorida, com imagens bem cuidadas e que abordam questões do cotidiano, de maneira leve e interessante. (LUCA, 2013, p. 448)

Segundo a historiadora Tânia de Luca, a revista impressa aos poucos se individualizou em comparação as outras formas de periódicos impressos que aplicavam o termo *variedades* para evidenciar a diversidade de temas. Embora essa pluralidade estivesse mais relacionada ao público:

Com apresentação cuidadosa, de leitura fácil e agradável, diagramação que reservava amplo espaço para as imagens e conteúdo diversificado, que poderia incluir acontecimentos sociais, crônicas, poesias, fatos curiosos do país e do mundo, instantâneos da vida urbana, humor, conselhos médicos, moda e regras de etiqueta, notas policiais, jogos, charadas e literatura para crianças, tais publicações forneciam um lauto cardápio que procurava agradar a diferentes leitores, justificando o termo variedades.

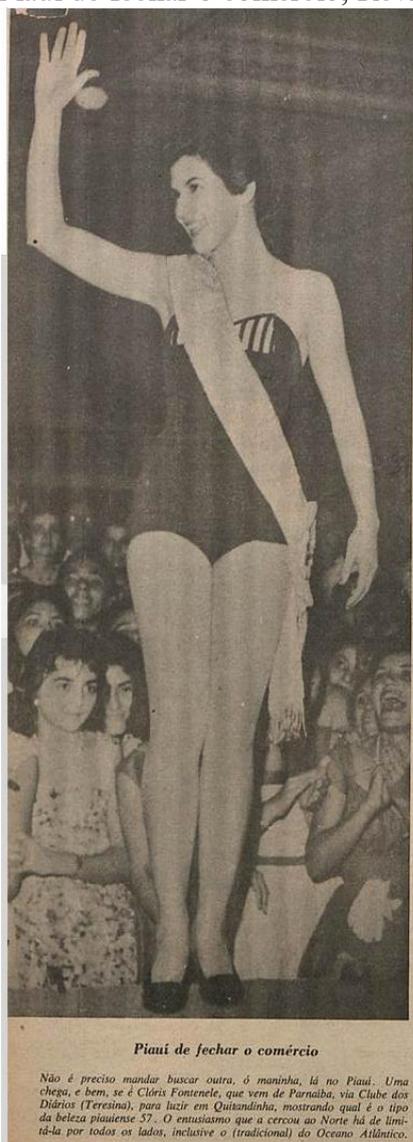
[...] Renovação significativa somente ocorreria com *O Cruzeiro* (1928), quando a fotografia e a reportagem ganharam novos sentidos e asseguraram à revista a liderança no mercado nacional. Semanários como *Manchete* (1952) e *Fatos e Fotos* (1961) não romperam com o padrão herdado de décadas anteriores, efetivamente alterado mais tarde pelas revistas semanais de informação, como *Veja* (1968). (LUCA, 2008, p. 121)

Outra revista que também tratou de divulgar os acontecimentos do evento de *Miss Brasil* foi a revista *Manchete* (RJ):

Manchete foi uma revista semanal de grande circulação, lançada no Rio de Janeiro (RJ) em 26 de abril de 1952, tendo circulado regularmente até 29 de julho de 2000. Criada pelo imigrante ucraniano Adolpho Bloch, fugido da Revolução Russa, a publicação se estabeleceu como principal concorrente da então extremamente bem-sucedida revista *O Cruzeiro*, dos Diários Associados, de Assis Chateaubriand, a qual viria a superar. *Manchete* foi, afinal, o órgão fundador do extinto Grupo Manchete, que se estabeleceria de fato em 1983, com o início das transmissões da Rede Manchete de Televisão, composta de cerca de dez emissoras de TV (e mais dezenas de afiliadas), todas levando o nome do periódico impresso. [...] Após o fim de sua publicação regular como semanário, marcada pelo fim da Rede Manchete, que puxou à falência a Bloch Editores, em 2000, após um longo período de crise deflagrado na década de 1990, *Manchete* foi adquirida pelo empresário Marcos Dvoskin, e continuou circulando, mas como produto de uma nova empresa, a Manchete Editora. (BRASIL, 2019)

Na *Manchete*, em sua edição nº 268 do dia 8 de junho de 1957, a partir da página 34, há uma matéria intitulada *Belezas de Norte a Sul novamente em matéria*, onde são apresentados fotos e comentários sobre as concorrentes do concurso. Na página 35, a foto de Chlórís vem acompanhada do título “*Piauí de fechar o comércio*”, vejamos:

Imagem 40 - Piauí de fechar o comércio, Revista Manchete.



FONTE: Revista *Manchete* (RJ), 1957. Disponível em <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=004120&pagfis=18644>. Acesso: 8 de abril de 2021.

Chlóris não chegou a ganhar o *maillot de ouro*⁵³ e o cetro de Miss Brasil 1957, mas sua participação edificou o conceito de beleza da cidade. Após a participação da parnaibana no concurso nacional, o retorno de Chlóris foi noticiado no jornal *Gazeta do Piauí*.

Mas o retorno da Miss não foi apenas festa. A sua volta a cidade de Parnaíba também foi noticiada no *Diário Carioca* (RJ), na matéria sobre a tragédia do acidente do ônibus de Marimbá no qual seu tio João Saldanha veio a falecer. O acidente da referida empresa também foi noticiado nas páginas do jornal *Gazeta do Piauí*, que a partir da edição de 24 de

⁵³ Ver: *Maillot de ouro ganhará a futura "Miss Brasil"*, O Jornal, 6 de junho de 1957. Hemeroteca Digital, disponível em: http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=110523_05&pagfis=52330. Acessado: 05/04/2021.

julho de 1957 traz várias notícias sobre o ocorrido, como a descrição por nome dos falecidos, os motivos da colisão dos automóveis e o luto das cidades piauienses.

Nas páginas desse jornal parnaibano, em todas as edições disponibilizadas para análise dessa pesquisa, nenhum nome feminino foi tão marcante nas matérias de março a julho de 1957 como o de Chlórís Fontenele. Após os acontecimentos do concurso, as matérias do jornal voltaram a descrever os acontecimentos políticos, eventos sociais, o cotidiano da cidade e de suas figuras, mas no ano de 1957 nenhuma outra mulher esteve em tamanha evidência, dividindo as colunas das notícias com os assuntos da beleza. A última nota encontrada em referência a Chlórís é a de José de Arimatéia – cujo poema encontra-se na abertura deste capítulo – e o aviso sobre o aniversário de Veritas, irmã da Miss Piauí 1957.

No ano seguinte, em 1958, o *Almanaque da Parnaíba*, responsável por divulgar uma espécie de resumo anual sobre a sociedade parnaibana, tratou de apresentar uma matéria sobre Chlórís e o concurso, muito embora, como veremos a seguir, a imagem sobre a boa aceitação dos concursos por parte dos parnaibanos - que era noticiada pelos jornais - fosse colocada em debate.

No *Gazet*, avançamos para o ano de 1959, em sua edição de quarta-feira, na *Coluna Social* de Rubem de Páscoa Freitas, trata de noticiar pessoas e acontecimentos da sociedade parnaibana:

[...] AS 10 MOÇAS MAIS ELEGANTES

Apresentamos, por oportuno, as 10 moças mais elegantes do nosso “Society”, também para o corrente ano de 1959;

Chloris Guimarães Fontenele;

Diana Miranda;

Elizabeth Furtado;

Francisca França;

Júlia Maria Sá Antunes;

Marcia de Jesus Bacelar;

Nancy Gurjão;

Rachel Bompel

Sônia Vaz;

Suzana Athaide.

No Revéillon, do Cassino, o locutor anunciou as mais elegantes da noite, que foram: Chloris, Sônia, Suzana, França e Diana. (*GAZETA DO PIAUÍ*, 1959, p.2)

Nomes como o de Chlórís e Diana (Miss Estudante 1956) ainda são citados entre as moças bonitas e elegantes dos bailes em Parnaíba. A coluna apresenta outros nomes entre as listas das *senhoras mais elegantes* e *Garotas bonitas do jovem Society*, identificando e listando quem teve sua elegância e beleza em destaque. O autor ainda discorrer sobre o “real” significado de ser classificada a tais de títulos, quando diz:

A elegância implica uma série de fatores que só muito bem estudados podem ser definidos. Não é a senhora vestir um modelo bonito, rico; usar joias caríssimas etc.; que seja elegante. É saber se o traje, embora menos requintado, lhe fica bem; se as joias estão de acordo com traje e com o ambiente. Se essa senhora têm maneiras no falar, no receber, no servir, no pisar e no sorrir. Se tem vida social, acontecendo sempre com chiqueza e bom gosto. (*GAZETA DO PIAUÍ*, 1959, p.2)

Esses códigos de conduta sobre beleza são bastantes presentes para as mulheres nesses discursos. As colunas sociais que eram muito presentes no dia a dia dos espaços onde essas mulheres se encontravam principalmente o lar, tratavam sobre esse assunto como essenciais para a sociabilidade feminina. A própria coluna escrita por Freitas tratava-se de um conteúdo pioneiro no estado do Piauí e na cidade de Parnaíba proporcionado pelo jornal *Gazeta*:

O jornal “Gazeta do Piauí”, cujo diretor era Batista Leão incentivou Rubem, a torna-se um cronista social, dada à carência do momento, em que, o jornal precisava de um profissional, no gênero e que Rubem satisfazia plenamente; nascia o Primeiro Cronista do Estado e, logo mais, outros seguiram, como um exemplo a imitar. (MOREIRA, s/d, p. 287)

A disposição dos nomes nas listas diz respeito à condição de status que elas eram consideradas. As mulheres casadas estavam nas listas de “senhoras” mais elegantes e descritas com um tom de respeito, “[...] ao se casar, a mulher ganha uma aura de respeitabilidade e passa a ser chamada de *senhora*” (PINSKY, 2014, p. 232, grifo nosso); as solteiras, mas que já estavam na idade de casar-se, *moças* mais elegantes e as mais jovens *garotas* bonitas; o autor ainda lista as 10 *brotinhos* mais bem vestidas.

Posteriormente, no mesmo ano, a última nota encontrada sobre a representação da imagem de Chlórís em concursos divulgados em jornais foi na edição de domingo do *Diário de Pernambuco* para concorrer ao título do Clube Cabanga.

Concorrente do Cabanga

O Cabanga, que, inicialmente, pretendia lançar como sua candidata a senhorita Clóris Maria Guimarães Fontenelle, desistiu da ideia, pois a jovem detém o título de “Miss Piauí” e, como, tal, está impedida de candidatar-se, em obediência ao regulamento do concurso. A concorrente da simpática agremiação das gaiivotas douradas será a senhorita Nelly Limeira, um broto sensacional, funcionária do “City Bank”, recentemente consagrada num concurso promovido pelos servidores daquela organização bancária. (*DIÁRIO DE PERNAMBUCO*, 1959, p. 5)

É possível que a indicação no estado de Pernambuco tenha ocorrido quando Chlórís se mudou para a cidade, após seu casamento e passou a frequentar os eventos sociais.

Chlórís fez sucesso em sua trajetória de beleza quando se refere a uma boa imagem, não apenas no ano de 1957, mas posteriormente as matérias e notas ainda divulgadas sobre ela apresentava uma mulher considerada impecável, que mereceu seu título de majestade da beleza no Piauí. Nem mesmo a não conquista do título de *Miss Brasil* fez perder o glamour que o próprio evento a proporcionou. Entre os parnaibanos e principalmente os que viveram nesse período, essa memória de beleza ainda é recorrente quando se fala de concurso de beleza e em *Miss Piauí*.

4.4 História das mulheres nas narrativas sobre a beleza de Chlórís

As várias falas, narrativas e contos dos colunistas, jornalistas, historiadores, e todos os depoimentos vistos acima mencionam o exterior, não apenas da beleza, mas de Chlórís. Aquela que está presente aqui como a imagem de uma época, de uma cidade, de um ideal de beleza, de mulher e até mesmo de conto, de mitologia, de representações.

Apenas Chlórís está silenciosa. Devido a impossibilidade de contato com ela, onde até o início desta pesquisa sabia-se que ela ainda estava viva, porém não foi possível ver a história através de outro viés, a de quem viveu toda essa narrativa de beleza. O silêncio da *Miss* foi ocasionado por algumas questões de privacidade da própria família que escolheu não manter contato, mas que também não passou a ser um problema para a pesquisa.

A própria ausência momentânea da visão, pensamento, sentimento e decisões de Chlórís quanto uma personalidade que fez parte de um momento histórico importante para Parnaíba é interessante observar: todos falam sobre ela, apenas ela não fala sobre si.

Conhecemos a beleza de Chlórís, seus passos no concurso, suas medidas e suas vitórias, através de Freitas – assim como nos discursos dos jornais. Conhecemos a *Miss Piauí* através da imagem que se fez para outro, que apesar de ser descritiva não pode ser a definitiva. Analisamos o discurso de Freitas, os relatos publicados em jornais no Brasil inteiro sobre a beleza de uma mulher em um evento de impacto importante, mas a beleza dessa mulher não pode ser vista através dela e de suas próprias sensações sobre os acontecimentos. Foi percebido que a beleza não se trata apenas de um atrativo físico proporcionado pelo corpo, é todo um conjunto de ideais e sentimentos incorporados por aqueles que desejam vivenciá-la.

Perceber a representação que é feita através da narrativa do homem, é a forma que as mulheres emergiram na história ocupando o seu lugar como personagens que construíram e modificaram essa história, mesmo quando silenciadas.

A historiadora Michelle Perrot em um artigo bastante conhecido, além de analisar o véu sob as ações e a própria existência das mulheres como sujeitos ativos dentro dos processos históricos, descreve uma longa trajetória – ainda em andamento - da escrita da História das Mulheres e a sua própria experiência quanto pesquisadora da área.

Escrever uma história das mulheres é um empreendimento relativamente novo e revelador de uma profunda transformação: está vinculado estreitamente à concepção de que as mulheres têm uma história e não são apenas destinadas à reprodução, que elas são agentes históricos e possuem uma historicidade relativa às ações cotidianas, uma historicidade das relações entre os sexos. Escrever tal história significa levá-la a sério, querer superar o espinhoso problema das fontes (“Não se sabe nada das mulheres”, diz-se em tom de desculpa) Também significa criticar a própria estrutura de um relato apresentado como universal, nas próprias palavras que o constituem, não somente para explicitar os vazios e os elos ausentes, mas para sugerir uma outra leitura possível. (PERROT, 1995, p. 9)

Ler a História através de outro ângulo possibilitou novas interpretações para as lacunas presentes. Porém, como campo de pesquisa, tem os seus dois lados: a possibilidade de uma nova visão sobre a escrita da história, já que por muito tempo essa foi condicionada por uma escrita tradicional em que os homens além de escreverem, eram os sujeitos centrais, bem como a problemática quando se fala das fontes. Mas essa exclusão das mulheres na história se dá por diversos fatores, entre eles o espaço em que elas habitavam - ou o único lugar que se destinava a elas -, o âmbito do privado. A história das mulheres partirá das esferas de sua própria vida privada, mesmo em casos que se tratam da visibilidade da mulher, como é de Chlórís durante o momento de exibição dos concursos.

A vida pública de uma mulher se transforma completamente quando se trata de abrir mão dessa visibilidade para adentrar nas esferas do privado: o casamento. Assim como outras misses⁵⁴, a *Miss Parnaíba* desaparece quando se volta para o casamento posteriormente após o concurso.⁵⁵ Fenômeno muito comum entre as candidatas ao posto da mulher mais bela durante aquele período. O casamento estava acima de toda a sua conquista pessoal e pública.

O silêncio da historiografia se deu dentro de vários fatores, mas também em seu próprio processo de afirmação como ciência.

⁵⁴ Martha Rocha narra em sua biografia “o vazio” que sentiu após casar e mudar de país ficando longe dos holofotes que um dia se fizeram presentes em seu cotidiano. ROCHA, MARTHA. *Martha Rocha, uma biografia*: em depoimento a Isa Pêsoa. Editora Objetiva: Rio de Janeiro, 1993.

⁵⁵ Em poucas informações compartilhadas com uma familiar após o concurso, a Miss casou e se mudou para Recife, voltando em poucos momentos para Parnaíba.

Até o século XIX, faz-se pouca questão das mulheres no relato histórico, o qual, na verdade, ainda está pouco constituído. As que aparecem no relato dos cronistas são quase sempre excepcionais por sua beleza, virtude, heroísmo ou, pelo contrário, por suas intervenções tenebrosas e nocivas, suas vidas escandalosas. A noção de excepcionalidade indica que o estatuto vigente das mulheres é o do silêncio que consente com a ordem. (PERROT, 1995, p. 14)

Levada por um relato histórico ao redor dos acontecimentos públicos, a escrita produzida girava em torno do que Perrot destaca como *crônica do poder* – documentos administrativos e oficiais que descreviam a memória e os acontecimentos públicos ligados aos Estados – lugar esse onde as mulheres estavam na maioria ausentes e logo desapareciam desses relatos, “há, nessa história, uma espécie de encobrimento do âmbito privado e do cotidiano” (PERROT, 1995, p. 14). Foi no tópico das fontes que o desafio maior em se escrever uma história das mulheres foi colocado em debate: a partir de onde se escreveria?

Tratava-se inicialmente de tornar visível o que estava escondido, de reencontrar traços e de se questionar sobre as razões do silêncio que envolvia as mulheres enquanto sujeitos da história. Isso conduziu a uma reflexão em torno da história enquanto produto da dominação masculina, a qual atuava em dois níveis: nível dos próprios acontecimentos e nível da elaboração deles empreendida pelo relato (*story* e *history*). (PERROT, 1995, p. 20)

A seguir, outros questionamentos cercaram o campo da história das mulheres, como as representações sobre os seus corpos, suas vivências individuais e coletivas, suas lutas e as transformações a seu redor, e suas críticas. A generalização em fazer uma história total, a veracidade das fontes, o espaço de onde partia (sobre quem se escrevia e quem escrevia), a relação dos sexos e seu campo teórico.

Reduzir a história das mulheres apenas ao discurso masculino feito aos olhos do público seria reduzi-las ao universo privado. É na ausência das palavras *deles* que se reconhece outra organização social. A história das mulheres longe de desconstruir o discurso masculino, constrói sob ele. A problemática ainda se estende ao desejo de uma ruptura epistemológica dentro do campo historiográfico, no qual a autora explicita que nunca ocorreu, mas deixa evidente que “a “estratégia” [...] da história das mulheres visa a integração e o conforto mais do que a ruptura radical” (PERROT, 1995, p. 27).

Nessa breve exposição sobre a história das mulheres, a partir da fala de Michelle Perrot, chegamos a dois pontos importantes: o silêncio gerado ao redor de Chlórís e como usar dos discursos veiculados sobre ela para dar voz a essa mulher.

Mary Del Priore (2001, p. 224) discute um questionamento feito a partir dos anos 1980 e muito pertinente quando se pensa nas fontes: “o que é a história quando se é mulher e de que maneira se participa, ou não, enquanto mulher, do processo histórico?”. Quando nos detemos para refletir o que é a História como ação, chegamos a conclusão – ou uma tentativa – de que somos sujeitos participantes através de nossos atos dessa história, que somos sujeitos históricos, mas ao mesmo tempo não temos dimensão disso. O mesmo se dá quando analisamos esses sujeitos dentro de cada contexto.

O silêncio de que falamos não é apenas sobre a falta de relato, apesar de não possuir um silenciamento total ao redor de Chlóris, percebemos que todas as suas falas estão em relação ao que se desejava ouvir de uma pessoa no lugar em que ela ocupava: bela, culta e de família. Anteriormente neste capítulo, foi observado que nas páginas dos jornais analisados, as matérias sobre Chlóris eram as únicas que falavam sobre uma mulher e traziam descrições sobre seus gostos, suas aspirações, suas medidas e seu cotidiano; estampando a capa do jornal, ao lado de fotografias e poemas inspirados para ela. Além disso, a presença de sua mãe, e outras mulheres, bem como homens compondo as comitivas que a acompanhavam durante suas viagens marca toda uma sociedade de proteção não apenas de seu corpo, mas de sua reputação.

O imaginário social formado em torno da *miss*, contudo, vai muito além disso, uma vez que elas também eram cultuadas pela seriedade (não é à toa que as *misses*, em viagens e eventos sociais, estão sempre acompanhadas das mães), pela discrição e o bom senso. Diferentemente das cantoras de rádio, oriundas das camadas mais pobres da população, ou mesmo de muitas atrizes hollywoodianas, quase sempre envolvidas em escândalos matrimoniais, divórcios e outros infortúnios pessoais, a vida das *misses* seguia intenção diferente dos demais ícones da feminilidade da época (cantora, atrizes, vedetes), a de referendar o sucesso e a realização de conduta moral irreparável da vida de uma mulher: um casamento esplêndido (SANTOS, 2011, p. 82).

Dentro das publicações locais de 1957, nenhuma outra mulher foi tão citada e exibida quanto a *Miss Piauí*. Outras mulheres são citadas em eventos distintos da cidade, mas em um contexto mínimo, onde em sua maioria eram as *senhoras*, ou seja, as mulheres casadas, e ao lado de seus nomes se encontrava os dos maridos. A própria ausência de seus discursos é a possibilidade que permitiu as análises sobre história das mulheres nas fontes:

As mulheres deixaram-nos poucos testemunhos das suas vidas e as informações são, em regra, dispersas, fragmentadas, em segunda mão, recriadas por outros, impondo a necessidade da crítica hermenêutica das fontes, de forma a se poder distinguir as

representações ideológicas da natureza feminina da realidade concreta.
(VAQUINHAS, 2019, p.370)

Apesar de poucos relatos encontrados em que a própria Chlóris fala sobre si e sobre os eventos que participou não se conhece nada que a própria tenha produzido sobre sua participação durante os concursos e eventos sociais. Narramos uma história a partir do olhar do outro sobre ela, uma descrição memorialística e midiática sobre a imagem de uma mulher para um cargo de beleza. Mas tendo em vista a exibição de uma *Miss* em meios de comunicação de alcance amplo, além desse cargo elas eram mulheres, vivendo em uma sociedade que ainda privilegiava tradições mais conservadoras. Essa imagem produzida sobre a beleza feminina nos concursos não era bem vista por outros grupos sociais, como vimos ao longo de toda a pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar os padrões de corpo e beleza feminina durante a década de 1950, especificamente no ano de 1957, através do concurso de *Miss Piauí 1957* na cidade de Parnaíba. Analisando os discursos dos memorialistas, de jornais, revistas e até mesmo das fotografias, observamos que assim como parte de um processo de décadas anteriores existia um padrão estético cobrado pela sociedade e desejado por algumas mulheres para seus corpos, tais padrões eram transmitidos de forma direta ou não em todos os lugares, principalmente nos concursos de beleza.

Ao longo do texto, percebemos que os concursos de beleza na história e principalmente na década de 1950, por mais que tenham perdido prestígio com o passar dos anos, ainda faziam parte de um conjunto de meios que definiam os padrões de beleza destinados para as mulheres. Por padrão de beleza entendemos que de acordo com o que um determinado grupo ou sociedade almejasse esse padrão estaria definido de acordo com a necessidade e função esperada para o público feminino. No caso da *miss* era ser uma bela mulher, inteligente, na medida certa, boa filha/esposa/mãe, manter um corpo saudável e de acordo com as medidas ideais, ser elegante e sempre ter uma boa moral.

Beleza significaria não apenas os atrativos físicos e os dotes sociais, mas a união do *dom* divino agraciado por Deus com a constante construção de uma boa reputação. A moral era a permanência de um estado de submissão aos valores e costumes ligados a uma tradicional educação em que para as mulheres estaria reservado apenas o espaço social do conforto do lar, as educando e moldando seus corpos para viver em prol da função de ser bela para os outros.

Esses valores antigos, mas constantemente revisitados, puderam ser percebidos em diversos lugares e meios. A cidade enquanto espaço de sociabilidade que inclui e exclui personagens; o discurso de jornais e revistas que partia para um discurso não apenas estético, mas muitas vezes psicológico, tentava definir quem era bela; a escrita memorialística, que baseada na tradição da valorização e manutenção de costumes e acontecimentos passados cristalizava memórias, espaços e pessoas como algo sagrado e permanente, tornando-as figuras e modelos a serem seguidos.

Para essa pesquisa foi objetivado explorar o universo da beleza feminina a partir de Chlórís Maria Guimarães Fontenele, a *Miss Piauí 1957*, conhecendo e analisando os discursos voltados a valorizar a sua beleza, corpo e comportamento. Analisamos a partir de fontes

diversas a intensidade do discurso de beleza que essa mulher estava inserida, principalmente porque a década de 1950 ou os *Anos Dourados* é o período de maior divulgação para a cultura e a prática da valorização da beleza atrelada ao consumo, onde, através da conquista, se atingiria um ideal que é inexistente e inalcançável, entretanto cobrado, desejado e sacrificado.

Dessa forma, compreender o “ser bela” durante os anos dourados significa entender como os discursos que circulavam destinados ao público feminino estavam ligados às novas ondas de modernidade, seja no espaço público ou privado. No Brasil as *pin-ups* foram modelos que destacamos para evidenciar que a beleza moral não foi a única buscada nesse período. A própria ideia de moderno propiciou adquirir novas condutas do corpo, da beleza, da vestimenta, tudo de uma forma ousada, mas que ao mesmo tempo ainda eram discretos.

No centro desse discurso estético estaria o corpo como templo sagrado e que é visível para os outros. O padrão estético presente na década de 1950, o *corpo violão*, era quase que uma exigência para os corpos femininos, principalmente para as misses, pois essas eram as modelos de uma mulher divinamente bela. Essa divindade da beleza estaria edificada no arquétipo da *mulher deusa*, inspirado nos mitos gregos que disseminavam a narrativa de deusas e deuses que influenciavam a vida terrena na crença de homens e mulheres perfeitos.

As misses simbolizavam um ideal arquétipo de uma deusa encarnada em sua aparência, gestos e ideais, mas que não poderiam fugir das normas e condutas já pré-determinadas. Para isso valorizavam a beleza como um *dom* atrelado aos conceitos de família, recato e moralidade, fugindo à regra estaria condenada a não ser reconhecida como *bela*.

Modelos de padrões estéticos eram os exemplos em comportamento, educação e cuidados com a juventude. Olhadas e julgadas por todos não poderiam ser desviantes das boas condutas, deveriam casar e ocupar o posto da *rainha do lar*, pois isso era mais importante que um título. Verdadeiras deusas modernas do significado de beleza tinham um padrão estético quase que natural e realçado por todos ao seu redor. Se de deusas tinham um pouco, a parnaibana Chloris Maria talvez já estivesse destinada a demonstrar isso.

A eleita do *Miss Piauí 1957* evidenciou que mesmo em âmbito local e nacional a beleza da mulher estava ligada a todos os acontecimentos que circulavam o mundo, especialmente para o universo da beleza. Herdeira de um nome de significados voltados para o místico, o belo e o fenomenal, ela se destacou por ter as medidas e o carisma esperado para uma mulher dessa época, indicada por um pequeno grupo que regia os meios de entretenimento da cidade de Parnaíba, mas supostamente acolhida por toda a população, deixando na memória da cidade a representante do carisma das mulheres parnaibanas.

Olhando para Parnaíba nessa década, podemos observar que assim como o ânimo nacional de evidenciar a beleza através dos concursos, parnaibanos e parnaibanos se agitaram para enaltecer a sua musa de beleza ideal. A década de ouro foi importante para analisarmos Parnaíba, devido a sua própria importância vinda dos tempos de *belle époque* para a passagem da dita modernidade. Nesse caso, a cidade não propagou a sua posição social tão majestosa quanto no passado, que nos anos de 1950 foram os últimos suspiros de bailes e de dias econômicos áureos.

Os grandes bailes das famílias mais importantes da cidade evidenciavam que a beleza era motivo de festividade, enaltecimento e seleção, no caso seleção de quem frequentava esses espaços e de quão importante era isso para a cidade – na maioria, famílias de grande prestígio econômico e social. O maior e mais importante espaço de sociabilidade desses sujeitos e de tantos outros que circundavam esse local foi o *Cassino 24 de janeiro*, que, como marco de memória, elegeu a mais importante representante da beleza Parnaíba – dentro dos padrões propagados. Observamos que essa beleza escolhida não foi aclamada somente pelo *os seus* pares, mas, segundo as fontes, por toda a população que torceu pela *Miss Parnaíba*.

Chlórís pode ser considerada a principal sujeita desse trabalho por inúmeros motivos. Dentro eles, podemos elencar: por ser mulher; por fazer parte de uma sociedade que privilegiou seu corpo e assim evidenciar as configurações sociais que dividiam e, ao mesmo tempo, unia as classes; por ser a modelo considerada pela época como ideal da beleza feminina piauiense; por evidenciar todos os discursos analisados sobre o que se esperaria de uma mulher para esse período, a exemplo de suas boas maneiras, escolhas e pudor ao corpo. Logo analisar a passagem dessa mulher pelo concurso é reafirmar as discussões dos capítulos anteriores, compreendendo que tudo se viveu, sentiu e desfilou pelos discursos, pelas ruas, pela pele e pelo imaginário social de mulheres e homens que fizeram os *anos dourados*. A beleza não é somente vista, mas prezada na tentativa constante de evidenciar que o corpo é a maior criação de todos os tempos.

REFERÊNCIAS

FONTES

ARAKEN, Carlos. *Estórias de uma cidade muito amada*, Parnaíba: s.e., 1988.

SILVA, Maria da Penha e. *Parnaíba, minha terra: crônicas*. Parnaíba: s.e., 1987.

FREITAS, Rubem. *Parnaíba tem memória*. Parnaíba: Sieart, 2012.

“O que foi o carnaval de 1957”. *Jornal Aljava*. Parnaíba, 28 de março de 1957, p. 3. Acervo do Centro União Caixeiral sob a guarda do SESC.

Bibliografia Hemerográficas

Jornal Aljava, Parnaíba, 28 de março de 1957.

Almanaque da Parnaíba, 35° ed., 1958.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 20 de março de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 21 de abril de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 24 de abril de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 27 de abril de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 01 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 04 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 11 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 18 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 22 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 25 de maio de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 01 de junho de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 05 de junho de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 08 de junho de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 15 de junho de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 10 de julho de 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 3, Parnaíba, 24 de julho 1957.

Gazeta do Piauí, Ano 5, Parnaíba, 07 de janeiro de 1959.

O Jornal, Ano 37, nº 11.231, Rio Janeiro, 21 de abril de 1957.

O Jornal, Ano 37, nº 11.268, Rio de Janeiro, 05 de junho de 1957.

O Jornal, Ano 37, nº 11.269, Rio de Janeiro, 06 de junho 1957.

O Jornal, Ano 37, nº 11.270, Rio de Janeiro, 07 de junho de 1957.

O Jornal, Ano 37, nº 11.272, Rio de Janeiro, 09 de junho de 1957.

Diário Carioca, Ano 29, nº 8.896, Rio de Janeiro, 16 de julho de 1957.

Diário de Pernambuco, Ano, 102, nº 132, Pernambuco, 07 de junho 1957.

Diário de Pernambuco, Ano, 102, nº 137, Pernambuco, 16 de junho de 1957.

Diário de Pernambuco, Ano, 134, nº 90, Pernambuco, 19 de abril de 1959.

Diário do Paraná, Ano 3, nº 659, Curitiba, 06 de junho de 1957.

Diário do Paraná, Ano 3, nº 660, Curitiba, 07 de junho de 1957.

Revista Manchete, nº 268, Rio de Janeiro, 08 de junho de 1957.

Revista O Cruzeiro, Ano 29, nº 39, Rio de Janeiro, 13 de julho de 1957.

BIBLIOGRAFIA

ANCHIETA, Isabelle. **Imagens da mulher no ocidente 3: Stars de Hollywood**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2019.

ARAKEN, Carlos. **Estórias de uma cidade muito amada**. Parnaíba: s.e., 1988.

ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega. **A beleza feminina no discurso da publicidade no final do século XX**. ANPUH - XXV Simpósio Nacional de História, Fortaleza, p. 1-10, 2009.

BARROS, José D'Assunção. **Existe uma nova história cultural? Análise de um campo histórico**. *Revista Poder & Cultura*. ano I, vol. 2, outubro, 2014.

BASTOS, Alberto Silva; REIS, Francisco Zaiter. **A beleza como espetáculo: a cobertura dos concursos de misses pela revista Manchete – um recorte na década de 1950**. Destarte, v.2, n.1, 2012.

BURKE, Peter. *O que é história cultural?* Tradução Sérgio Goes de Paula. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

_____. *História e teoria social*. Tradução: KlaussBrandiniGerhardt, Roneide Venâncio Majer, Roberto Ferreira Leal. São Paulo: Editora Unesp, 2 ed. Ampl., 2012.

CAMPOS, Daniela Queiróz. *Espectros dos anos dourados: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna Garotas da revista O Cruzeiro (1950-1964)*. DISSERTAÇÃO (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010.

_____. Uma ninfa a perseguir cabeças: **imagens de Salomé na coluna Garotas de Alceu Penna**. *ARS*, jul-dez, 2016.

CAMPOS; Daniela Queiroz. **Ninfa entre guerra e paz**. In: FLORES, Maria Bernardete Ramos (Coordenação). *Anais do VI Colóquio de História e Arte: herança, memória, patrimônio*. Florianópolis: UFSC/CFH/NUPPE, 2013.

CHARTIER, ROGER. *A história cultural: entre práticas e representações*. São Paulo: Difel, 2 ed., 1988.

_____. *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*. *Universidad Iberoamericana* – Departamento de Historia: México, 2005.

CIARLINI, Daniel Castello Branco. *Contribuição da imprensa e da literatura de Parnaíba para a formação do sistema literário piauiense*. DISSERTAÇÃO (Mestrado em Letras) - Centro de Ciências Humanas e Letras, Universidade Estadual do Piauí. Teresina, 2015.

COLLING, Ana Maria. *Tempos diferentes, discursos iguais: a construção do corpo feminino na história*. Doutorados, MS: Ed. UFGD, 2014.

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

ECO, Umberto. *História da beleza*. Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record. 4 ed., 2014.

FERREIRA, Francisco Romão. **Corpo feminino e beleza no século XX**. *ALCEU*, v. 11, n. 21, p. 186-201, jul./dez. 2010.

FERRAZ, José Ricardo. *Ninguém nasce bela, torna-se bela*. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, julho, 2011.

FREDERICI, Silvia. *Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. Tradução Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

FRIEDAN, Betty. *A mística Feminina*. Tradução: Carla Bitelli, Flávia Yacubian. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1º ed., 2020.

GINZBURG, Carlo. ***O queijo e os vermes: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição***. Tradução: Maria Betânia Amoroso. Tradução dos poemas: José Paulo Paes. Revisão Técnica: Hilário Franco Jr. São Paulo: Companhia das Letras. 1º Ed., 2006.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **A produção cultural do corpo**. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, gênero e sexualidade: Um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, RJ: Vozes. 5 ed., 2010.

GROSSI, Yonne de Souza; FERREIRA, Amauri Carlos. **Razão narrativa: significado e memória**. *Revista História Oral*, 4, p. 25-38, 2001.

KONICHI, Izildinha. **A persistência das deusas: representações simbólicas do feminino na atualidade**. Jundiaí: Paco Editorial, 2016.

LUCA, Tânia Regina de. **História dos, nos e por meio dos periódicos**. In: PINSKY, Carla Bassanezi. (Org.) *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto, 2º ed., p.111-153, 2008

_____. Mulher em Revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, p. 447-468, 2013.

MAGALHAES, Wallace Lucas. **O imaginário social como um campo de disputas: um diálogo entre Baczko e Bourdieu**. *Albuquerque – revista de história*. vol. 8, n. 16. jul.-dez./2016, p. 92-110.

MARCELINO, Luciana. **Detalhes em movimento ou a sobrevivência da ninfa**. *Gambiarra*, Niterói, n.7, dez, 2014, p. 87-101.

MATOS, Maria Izilda Santos de. **Corpos e emoções: história, gênero e sensibilidades**. São Paulo: e-manuscrito, 2018.

MAUAD, Ana Maria. **Através da imagem: fotografia e história interfaces**. *Revista Tempo: Rio de Janeiro*. vol. 1, n.º 2, p. 73-98, 1996.

MORENO, Rachel. *A beleza impossível: mulher, mídia e consumo*. São Paulo: Ágora, 2008.

MOREIRA, Aldenora Mendes. **Personalidades atuantes da história de Parnaíba: “ontem e hoje”**. Parnaíba: s.e., s.d.

NOGUEIRA, Renato. **Mulheres e Deusas: como as divindades e os mitos femininos formaram a mulher atual**. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2017.

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 12 ed., 2015.

PENNA, Gabriela Ordones. **É moderno ser gostosa**. In: *Revista de História da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: ano 7, nº 85, p. 66-71, 2012.

PERROT, Michelle. **Escrever uma História das Mulheres: relato de uma experiência**. *Cadernos Pagu*, p. 9-28, 1995.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica. 2º ed., 2004.

_____. **Cidade visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginadas.** *Revista Brasileira de História*, vol. 27, nº 53, p. 11-23, 2007.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos anos dourados.** In: PINSKY, Carla Bassanezi; PRIORI, Mary Del Priori. (Orgs.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto. 9 ed., 2ª impressão, p. 607-639, 2009.

_____. **A era dos modelos rígidos.** In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria Pedro. (Orgs.) *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto. 1 ed., 1º impressão, p. 469 -511, 2013.

_____. *Mulheres dos anos dourados*. São Paulo: Contexto, 2014.

PRIORE, Mary Del. **Viagem pelo imaginário do interior feminino.** *Revista Brasileira de História*, vol 19, nº 37, setembro, 1999.

_____. História das mulheres: as vozes do silêncio. In: *Historiografia brasileira em perspectiva*. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **Sobreviventes e guerreiras: uma breve análise da mulher no Brasil de 1500 a 2000.** São Paulo: Planeta, 2020.

POTER, ROY. História do corpo. In: BURKE, Peter. *A escrita da história: novas perspectivas*. São Paulo: Editora UNESP, p. 291-348, 1992.

RICOUER, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. Tradução: Alain François. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

ROCHA, MARTHA. *Martha Rocha, uma biografia: em depoimento a Isa Pêsoa*. Editora Objetiva: Rio de Janeiro, 1993.

ROLNIK, Raquel. *O que é cidade*. Editora Brasiliense: São Paulo, 1995.

SANTOS, Lídia Noêmia. **Brotinhos e seus Problemas: Juventude e Gênero na Imprensa Fortalezaense da Década de 1950.** Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2011, p. 112.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **É possível realizar uma história do corpo?** In: SOARES, Carmen (Org.). *Corpo e história* (Coleção educação contemporânea). Campinas, SP: Autores Associados. 3 ed., 2006.

_____. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. **Sempre Bela.** In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. *Nova história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2013.

SÁ FILHO, Bernardo Pereira de. ***Cartografias do prazer: Boemia e Prostituição em Teresina (1930-1970)*** – Dissertação Universidade Federal do Piauí – Teresina, 2006, 148p.

SILVA, Josenias dos Santos. ***Parnaíba e o avesso da belle époque: cotidiano e pobreza (1930-1950)*** – Dissertação Universidade Federal do Piauí – Teresina, 2012, 120p.

SILVA, Maria da Penha e. *Parnaíba, minha terra: crônicas*. Parnaíba: s.e., 1987.

SILVA, Mariane de Sales. ***Corpo e beleza feminina: estética nos concursos de beleza em Parnaíba na década de 1950***. – Monografia, Universidade Estadual do Piauí – Parnaíba, 2017, 58p.

SILVA, Mariane de Sales. **Mulheres e relações sociais nos concursos de beleza nos “anos dourados” em Parnaíba**. In: AMORHIM, Erasmo (org.). *A sinfonia do diverso: trajetórias de pesquisas entre diálogos e possibilidades*. Parnaíba: EDUFPI, 2018, p. 77-100.

SOARES, Carmen. **Corpo, conhecimento e educação: notas esparsas**. In: SOARES, Carmen (Org.). *Corpo e história* (Coleção educação contemporânea). Campinas, SP: Autores Associados, 3 ed., p. 109-129, 2006.

SOUSA, Cleto Sandys de. **Que onda é essa!: O alcance da Rádio Educadora de Parnaíba**. *Educação em Debate*: Fortaleza, v. 1, nº 59, ano 32, p. 67-79, 2010.

TOURINHO, Mary Angélica Costa. ***Por dentro da história: mulheres operosas no mundo do comércio em Parnaíba (1930 a 1950)***. (Tese de Doutorado) - Assis-SP: UNESP, 2015.

VAQUINHAS, Irene Montesuma. **História das Mulheres**. In: COLLING, Ana Maria. TEDESCHI, Losandro Antônio (Orgs.) Prefácio de Michellet Perrot. *Dicionário Crítico de Gênero*. Dourados, MS: Ed. Universidade Federal da Grande Dourados, 2 ed., p. 367-371, 2019.

VILHENA, Junia de; MEDEIROS, Sérgio. **A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade**. *Revista mal-estar e subjetividade*. Fortaleza, v. V, n. 1, p. 109-144, mar. 2015.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Tradução Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

ANEXOS

CAPÍTULO 4

Gazeta do Piauí, 20 de março de 1957, matéria 1.

E a Educadora não diz nada?

Quando iniciamos nossa campanha jornalística em prol da candidatura da prezada senhorinha, Cloris Guimarães, ao posto de Miss Parnaíba (que em seguida competirá ao título de Miss Piauí), foi um grande dever e pela honra de ser referida, fomos apoiados pela imprensa e pelo rádio da nossa terra.

Particularmente os jornais da terra fizeram prévia combalçada e disse demos ciência ao sr. Luis de França Rego, gerente de Educadora e sr. Nelson Chaves, locutor chefe da mencionada emissora.

Acertou, porém, que todos os jornais de Parnaíba já incentivaram a campanha que como dissemos linhas atrás, CLORIS é nossa candidata, e por este motivo compete aos jornais da terra movimentá-la.

Existe, entretanto, alguma coisa que não nos está tranquilizando muito. Trata-se do silêncio da (Conclui na 2ª página)

Governador do Piauí

Esteve recentemente nesta cidade, tendo chegado sábado último e regressado pela manhã de ontem, o Governador de nosso Estado, que se faz acompanhar do Dep. Epaminondas Castelo Branco, do ilustre Cel. Padre de Almeida Freitas ex-chefe do executivo Piauiense, bem como do sr.

José Furtado de Mendonça, capacitado secretário das Finanças do Estado, e de brisoa oficial da polícia Militar do Piauí, Major Joaquim de Araújo Farias, chefe da Casa Militar do Governador.

A comitiva governamental os nossos cumprimentos.

MILHOES

DE PESSOAS TEM USADO COM BOM RESULTADO O POPULAR DEPURATIVO

ELIXIR 914

Industria e Comercio Rosopolis S. A.

Acham-se à disposição dos senhores Assinistas, na sede social, à rua Marquez de Herval n° 655, desta cidade, os documentos a que se refere o art. 99 do Decreto-lei 2627 de 26 de setembro de 1948.

Parnaíba, 16 de Março de 1957
Candido de Almeida Athayde
Presidente

Continuação da matéria 1.

SINDICATO DO COMERCIO ATACADISTA NO ESTADO DO PIAUI

EDITAL DE CONVOCAÇÃO

FAÇO saber aos que vivem este Edital ou dele tiverem conhecimento, que no dia 18 de Abril de mil novecentos e cinquenta e sete, será realizada a sessão SINDICATO a eleição para Diretoria, Conselho Fiscal e os respectivos suplentes, ficando aberto o prazo de 15 (dez) dias, que correrá a partir da primeira publicação deste edital, para o registro das atas na Secretaria de Estado e ao disposto no artigo 1º das Instruções baixadas pela Portaria Ministerial n. 11, de 11 de fevereiro de 1954.

Os requerimentos para o registro das atas deverão ser apresentados na Secretaria em três vias, assinadas por todos os mandantes, pessoalmente, não sendo permitida por lei em fim, a outorga de procuração, devendo constar os requisitos previstos na referida Portaria.

Parnaíba, 15 Março de 1957
Antonio Machado Torres
Presidente

Portugal na

(Conclusão da 4ª página)

Em abril de 1883 oficiava ao Consulado do Maranhão fazendo notar e decréscimo da imperiosa diretiva de Portugal para Parnaíba e também a falta de navios para realizar a Portugal as cargas de exportação desta porto que eram embarcadas com transbordo em São Luiz de Maranhão, prejudicando assim o comércio do Piauí. Apelava para providências energicas no sentido de melhoras e interâmbio importador e exportador entre esta Provincia e o Reino da Lusitânia.

MACHADO S. A.

São os maiores fornecedores de lâmpadas GE no Piauí

Desconto especial para revendedores

PARNAIBA — TERESINA

LÂMPADAS EDISON G. E. MAZDA
SEMPRE BILHAM MAIS
GENERAL ELECTRIC

BINDICATO DOS TRABALHADORES NA INDUSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIARIO DE PARNAIBA.

EDITAL

Ficam pela presente, convidados os senhores associados deste Sindicato, em pleno gozo de seus direitos sociais, a comparecerem no próximo dia 31 deste mês, as 19.00 horas, na sede social desta entidade, além de tomarem parte em uma Assembleia Geral Ordinária, e deliberarem sobre a seguinte ordem do dia:

- a) Aprovação do Relatório da Diretoria, referente ao exercício de 1956;
- b) Aprovação do Balanço Financeiro e suas contas relativo ao ano de 1956;
- c) Conhecer de Financeiro do Conselho Fiscal sobre a matéria em foco.

Não havendo comparecimento de número legal em primeira convocação, ir-se-á a uma segunda, uma hora depois da primeira, a qual se realizará com qualquer número.

Parnaíba, 15 de Março de 1957
Joaquim Roberto de Araújo
Presidente

E a Educadora...

(Conclusão da 4ª página)

Rádio Educadora Não sabemos os motivos desse silêncio, uma vez que a jovem CLORIS nessa altura está representando a propria beleza feminina de nossa terra e para orgulhar nosso representante na Capital do Estado, e quem sabe se não irá mais longe ainda?

Será que a Rádio só tem interesse pelas matérias pagas, esquecendo-se de que o idealismo e o dever cívico de cada entidade está acima dos interesses financeiros?

Pois bem, conhecemos de perto o sábio Diretor da Educadora sr. Alderico Miranda e acreditamos que, ao tomar conhecimento dessa falta de solidariedade da Rádio à companhia de Miss Parnaíba, removerá naturalmente os obstáculos e ficará conosco nessa luta cívica de nossa terra.

Acreditamos piamente na mudança de pensamento da Rádio Educadora, afastando um pouco os seus interesses financeiros em favor da companhia de Miss Parnaíba, que será neste caso CLORIS GUIMARÃES.

Cine T Ritz

APRESENTA

HOJE AS 4.00 6.30 e 8.30 HORAS

Os Gênios da Pelota

COM OS 4 IRMÃOS MARX

Matéria 2

Carta explicativa,

que nos foi dirigida pelo locutor **NELSON CHAVES**, sobre o silencio da Rádio Edu-
cadora de Parnaíba, concernente a campanha
de **MISS PARNAÍBA**.—

Parnaíba, 21 de Março de 1937.

Exmo. Sr.
Diretor da «GAZETA DO PIAUI»
L e s a

Prezado Senhor,
Saudações cordiais
Ref. «A EDUCADORA NÃO DIZ NADA?»—
Subordinada ao título acima, li com muita atenção a
sua Nota inserida em a edição de ontem, 20 de Março, de
seu respeitável Jornal. No que se refere a minha pessoa
e a de meu nobre colega, Luis de França, vejo confirmar
o que informei aos prezados amigos, Bernardo Batista Leão
(na Agência de Azevias) e Rubens Freitas (da Rádio),
quando procurado pelos mesmos sobre o apoio que a Im-
prensa Escrita e Falada deveriam dar a candidatura da gentili-
ssima Clória Fontenele, Digna Ihoa que procurassem diretamen-
te a diretoria da «Rádio Educadora de Parnaíba» S.A., uma
vez que eu era apenas um funcionário da Emissora, dependen-
do, portanto, de instruções para por-me em atividades. «AR-
TIGUEIRAS», porém, poderiam contar com o meu a-
pelo a candidatura de CLÓRIA que, na verdade, reúne as
qualidades necessarias para tal grande disputa.
Agradeço a publicação de presente firmo-me, ao
leitura ciente de se ordeno.

ATENCIONAMENTE,
Nelson Chaves

CRI
DO

Nom

gentil
[Nibi]
ser cu
tando
PostoE
da ma
intelli
quem

ENI

coloc
getro
dita
lar a

Matéria 4

Chloris...

(Conclusão da primeira página)

saudeção á Miss Parnaíba, sendo que a valsa inicial do grande baile, Miss Parnaíba terá como par o Sr. Francisco Floriano Pires de Castro, Presidente do Casino 24 de Janeiro.

As mesas do grande baile de sábado vindouro em homenagem a Miss Parnaíba, já estão a venda na secretaria do Club

so preço de Cr. 200,00 cada, independente de Comissão que há provavelmente vende las no comercio e nas casas residencias. Nossa reportagem acompanhará o desenrolar dos acontecimentos festejos em homenagem a Miss Parnaíba, considerando-a como nossa candidata.