



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
MESTRADO EM HISTÓRIA SOCIAL

TATIANE DE SANTANA SOUZA

VESTUÁRIO E APARÊNCIA: DISTINÇÃO SOCIAL EM FEIRA DE SANTANA (1950-
1960)

SALVADOR/BAHIA
2017

TATIANE DE SANTANA SOUZA

VESTUÁRIO E APARÊNCIA: DISTINÇÃO SOCIAL EM FEIRA DE SANTANA (1950-1960)

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal da Bahia para a obtenção do título de Mestre em História.

Linha de pesquisa: Cultura e Sociedade.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Marina Regis Cavicchioli.

SALVADOR/BAHIA

2017

Souza, Tatiane de Santana
S729 Vestuário e aparência: distinção social em Feira de Santana (1950-1960) / Tatiane de Santana Souza. – 2017.
130 f. :il.

Orientadora: Profª Drª Marina Regis Cavicchioli
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Salvador, 2017.

1. Vestuário – Feira de Santana (BA) – 1950-1960. 2. Moda - História.
3. Cultura e sociedade (Fino traço). 4. Classes sociais. I. Cavicchioli, Marina Regis.
- II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.
- III. Título.

CDD: 391.009

FOLHA DE APROVAÇÃO

TATIANE DE SANTANA SOUZA

VESTUÁRIO E APARÊNCIA: DISTINÇÃO SOCIAL EM FEIRA DE SANTANA (1950-1960)

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal da Bahia para a obtenção do título de Mestre em História.

Linha de pesquisa: Cultura e Sociedade.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Marina Regis Cavicchioli.

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Marina Regis Cavicchioli
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
(Orientadora)

Professora Doutora Lina Maria Brandão Aras
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
(Examinadora)

Professor Doutora Renata Pitombo Cidreira
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
(Examinadora)



ATA E PARECER SOBRE TRABALHO FINAL DE PÓS-GRADUAÇÃO

NOME DO ALUNO TATIANE DE SANTANA SOUZA		MATRÍCULA 214121680	NÍVEL DO CURSO Mestrado
TÍTULO DO TRABALHO O VESTUÁRIO E A APARÊNCIA: DISTINÇÃO SOCIAL EM FEIRA DE SANTANA (1950-1960)			
EXAMINADORES	ASSINATURA	CPF	
Marina Regis Cavicchioli (UFBA - orientadora)		253237668-67	
Lina Maria Brandão de Aras (UFBA)		254145425-20	
Renata Pitombo Cidreira - (UFRB)			

ATA

Aos vinte e nove dias do mês de março do ano de 2017, nas dependências da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), foi instalada a sessão pública para julgamento do trabalho final elaborado por **Tatiane de Santana Souza**, do curso de mestrado do Programa de Pós-graduação em História Social do Brasil. Após a abertura da sessão, a professora Marina Regis Cavicchioli, orientadora e presidente da banca julgadora, deu seguimento aos trabalhos, apresentando as demais examinadoras. Foi dada a palavra a autora, que fez sua exposição e, em seguida, ouviu a leitura dos respectivos pareceres das integrantes da banca. Terminada a leitura, procedeu-se à arguição e respostas da examinada. Ao final, a banca, reunida em separado, resolveu APROVAR a aluna. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão e lavrada a presente ata que será assinada por quem de direito.

PARECER GERAL

A DISSERTAÇÃO CUMPRE COM OS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA SUA APROVAÇÃO: QUALIDADE TEÓRICO-METODOLÓGICA É ÓTIMA ANÁLISE DOCUMENTAL. PELA QUALIDADE DO TRABALHO APRESENTADO COM INOVAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA, A MODA COMO DISTINÇÃO SOCIAL PARA A REGIÃO DE FEIRA DE SANTANA, SUGERIMOS A SUA PUBLICAÇÃO.

SSA, 29/03/2017: Assinatura da aluna:

SSA, 29/03/2017:: Assinatura da orientadora:

AGRADECIMENTOS

Neste momento recordo o caminho que fiz para chegar até aqui. Refaço as trilhas percorridas e os rostos de todos e todas que me ajudaram a conquistar este que, sem dúvida, é um dos mais importantes trabalhos da minha vida acadêmica, e, portanto, gostaria de abraçar e agradecer aos que contribuíram para que conseguisse realizá-lo.

Aos meus pais, dona Gal e seu José, que sempre incentivaram a minha trajetória acadêmica e com todo o cuidado agiram de modo para que tudo ocorresse bem no meu processo de mudança para outra cidade. Ao meu irmão Marcelo, sou grata pelas palavras de incentivo nos momentos mais difíceis da escrita.

Ao querido amigo Welber que incentivou a minha inscrição na seleção para ingresso no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Bahia. Minha amiga Fernanda, pelas suas orações e pela alegria incontestável quando soube da minha aprovação na seleção do mestrado e imediatamente mandou uma mensagem contando que ela e sua mãe estavam comemorando na sala de casa como se essa vitória fosse também delas.

A Prof.^a Dr.^a Marina Regis Cavicchioli que orientou e acompanhou o processo de construção e escrita deste trabalho. Suas explicações, questionamentos e conselhos foram muito importantes para que conseguisse concluir e apresentar características da sociedade feirense nesta escrita, demonstrando a importância destas discussões para o meio acadêmico.

A equipe do Museu Casa do Sertão e Centro de Estudos Feirenses que possibilitou as condições necessárias de acesso e contato com as fontes impressas. Em especial, a diretora Cristiana Barbosa de Oliveira pelo seu interesse no meu tema, pelo incentivo desde a época da graduação e pela apresentação de novas fontes e de novas leituras.

Ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Federal da Bahia e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que possibilitaram o meu ingresso e permanência no curso. Aos professores e professoras que ministraram as disciplinas que cursei durante o primeiro ano do mestrado. Os textos, conversas, debates e discussões foram de grande valia e me ajudaram a desvelar novos caminhos e novos olhares ao tema e fontes utilizadas no meu trabalho. Agradecer as considerações feitas pelas professoras Lina Maria Brandão de Aras e Iole Macedo Vanin durante a banca da qualificação.

Ao querido amigo Ailton e a sensível amiga Kalina. Dentro da academia formamos um belo trio com afinidades de pesquisa e de temas. Discutíamos sobre nossos trabalhos e apresentações em eventos; escutávamos as angústias uns dos outros e, depois dessas

conversas, conseguíamos nos acalmar com um olhar e com um sorriso. Na convivência fora dos muros da Universidade criamos a amizade mais bonita, companheira e aventureira que qualquer pessoa gostaria de ter.

Agradecer a Deus que me concedeu sabedoria e força para transpor as barreiras e me ajudou a chegar até aqui.

RESUMO

Esta dissertação busca discutir o vestuário e a aparência como características de distinção social na cidade de Feira de Santana nas décadas de 1950 a 1960, através da análise dos textos, colunas e notas divulgados no jornal *Folha do Norte* e dos textos e imagens dos perfis de homens e mulheres apresentados revista *Gente Importante*. Analisamos como a moda, o refinamento dos gostos, a aparência e o comportamento dos moradores e moradoras da urbe foram instrumentos importantes no processo de consolidação da modernidade, sendo o periódico *Folha do Norte* e a revista *Gente Importante* propagadores do discurso das classes dirigentes que fomentaram um modelo comportamental considerado ideal aos homens e mulheres feirenses e comportaram-se como vigilantes de comportamentos considerados destoantes.

ABSTRACT

This dissertation seeks to discuss clothing and appearance as characteristics of social distinction in the city of Feira de Santana in the 1950s to 1960s, through the analysis of the texts, columns and notes published in the newspaper *Folha do Norte* and the texts and images of the profiles of men and women presented magazine *Gente Importante*. We analyze how the fashion, the refinement of the tastes, the appearance and the behavior of the inhabitants of the city were important tools in the process of consolidation of modernity, being the newspaper *Folha do Norte* and the magazine *Gente Importante* transmitters of the discourse of the ruling classes who fostered a behavioral model considered ideal for feirense men and women and behaved as vigilantes of behaviors considered as discordant.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Propaganda da <i>Casa Armando</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 04/01/1958.	31
Figura 2 – Propaganda loja <i>A Majestosa</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> - 18/03/1950.....	32
Figura 3 – Anúncio de serviço de costura. Jornal <i>Folha do Norte</i> – 03/01/1953.....	32
Figura 4 – Anúncio de serviço de costura. Jornal <i>Folha do Norte</i> – 03/03/1956.....	33
Figura 5 – Propaganda loja <i>Confreitas</i>	33
Figura 6 – Inauguração da loja <i>Tecidos Feirense</i> – 17/02/1966. Arquivo particular.....	35
Figura 7 – Convite de festa na <i>Sociedade Filarmônica Euterpe Feirense</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 21/08/1954.....	36
Figura 8 – Capa do jornal <i>Folha do Norte</i> – 15/01/1955.....	46
Figura 9 – Capa da revista <i>Gente Importante</i> – 1966.....	50
Figura 10 – Hildete Galeão. Arquivo particular.....	70
Figura 11 – Senhora Ana Leonor Lacerda Barrêto. Revista <i>Gente Importante</i> – 1966.	74
Figura 12 – Propaganda do terno <i>Imperial Extra</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 08/07/1956.	86
Figura 13– Propaganda da lâmina de barbear <i>Gillette</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 22/03/1958..	90
Figura 14 - Consultas de beleza com os produtos <i>Elizabeth Arden</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 15/02/1958.....	98
Figura 15 - Desfile de modas no <i>Feira Tênis Clube</i> – 1960. Acervo particular.	105
Figura 16 - Propaganda do fortificante corporal <i>Vanadiol</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 13/ 01/ 1951.	108
Figura 17 - Anúncio das bicicletas <i>Monark</i> . Jornal <i>Folha do Norte</i> – 17/03/1956.....	109
Figura 18 - Solange Rodrigues – <i>Miss Feira de Santana</i> 1964. Arquivo particular.	112

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Fotografias femininas publicadas na revista <i>Gente Importante</i>	80
TABELA 2 - Fotografias masculinas publicadas na revista <i>Gente Importante</i>	87
TABELA 3 - Textos publicados na coluna <i>Conselhos de beleza</i>	93
TABELA 4 - Imagens femininas veiculadas na revista <i>Gente Importante</i> nos anos de 1966 e 1967.	101

LISTA DE SIGLAS

FTC – Feira Tênis Clube.

CENEF – Centro de Estudos Feirenses.

JFN – Jornal Folha do Norte.

MSC – Museu Casa do Sertão.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1 – “É PARA SE VER QUE FEIRA NÃO PODE PARAR” – FEIRA DE SANTANA COMO PALCO DE MODAS E MODISMOS	19
1.1 A PRINCESA DO SERTÃO	19
1.2 A PRINCESA COMERCIAL.....	21
1.3 OS CAMINHOS DA MODA	30
CAPÍTULO 2 – MENSAGEIROS DO PROGRESSO CIDADINO.....	45
2.1 “ACONTECENDO” NO MUNDO SOCIAL.....	51
2.2 A CRÔNICA SOCIAL DE EME PORTUGAL	55
CAPÍTULO 3 – IMAGENS DA MODA – VESTUÁRIO, APARÊNCIA E DISTINÇÃO SOCIAL.....	62
3.1 OS JORNAIS E A MODA	63
3.2 NO MUNDO DA MODA.....	66
3.3 A IMAGEM DO HOMEM MODERNO.....	81
CAPÍTULO 4 – “NA ÉPOCA DA TELEVISÃO E DA BOMBA ATÔMICA NINGUÉM QUER SER FEIO OU VELHO”	92
4.1 O CORPO COMO OBJETO DE DISTINÇÃO SOCIAL	92
4.2 CONSELHOS DE BELEZA	93
4.3 APARÊNCIA COROADA.....	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
LISTA DE FONTES	120

INTRODUÇÃO

A escolha de um tema de pesquisa inicia-se, na maioria das vezes, por questões pessoais e profissionais. Nascida na cidade de Feira de Santana, cresci ouvindo nas conversas dos adultos e observando nos espaços de socialização, os quais frequentava, que a importância com a aparência e com o vestuário era uma constante daqueles que viviam e vivem na urbe feirense.

Ainda na infância, recordo o cuidado da minha mãe que, aos domingos, vestia seus dois rebentos com a “roupa de ver Deus” que consistia num traje arrumado, na “roupa bonita” como dizia meu irmão. Eram peças novas ou conservadas impecavelmente que usávamos para receber as visitas que enchiam a casa e brincar com os colegas em frente ao portão. Comumente, escuto de muitos visitantes que passam pela cidade, que as pessoas que aqui residem estão sempre muito arrumadas e isso independe da informalidade do local, situação ou evento em que estejam. Tais observações constituíram as inquietações que me levaram a analisar o vestuário e a aparência como características de distinção social na cidade de Feira de Santana nas décadas de 1950 a 1960.

Os estudos sobre moda, corpo, gênero e sexualidade, paulatinamente, se inserem como profícuos campos da pesquisa histórica. O surgimento da História Nova, que segundo Jacques Le Goff foi motivado pela aparição de novos problemas e objetos que antes eram reservados à Antropologia¹ possibilitou que, historiadores e historiadoras, se debruçassem nos mais diversos objetos e comportamentos para discutir e entender uma determinada sociedade.

As modas e os modos, os cuidados com o corpo, os códigos de vestuário, a alimentação, a ornamentação dos espaços privados, a convivência dos atores sociais nos locais públicos de socialização e nas atividades cotidianas dos pequenos centros urbanos nos permite entender as representações do mundo, agindo de modo a valorizar temas e regiões geográficas que eram consideradas sem importância, em detrimento das análises dos grandes eventos políticos e econômicos. Destarte, a análise desses temas também possibilita perceber as mudanças socioculturais, as práticas e lutas de representação entre os indivíduos de um determinado grupo social.

¹ LE GOFF, Jacques. **A história nova**. São Paulo: M. Fontes, 1990, p. 44.

Conforme abordagem proposta por Roger Chartier², analisaremos a sociedade feirense a partir das configurações intelectuais da elite local que eram divulgadas pela imprensa e atuaram de modo a construir um modelo ideal a ser copiado por homens, mulheres e crianças da cidade. Desse modo, examinaremos “as práticas que visam a fazer reconhecer uma identidade social, a exibir uma maneira própria de ser no mundo, a significar um estatuto e uma posição, [...] que marcam de modo visível a existência do grupo, da comunidade ou classe.”³ Tal empreitada, obriga o historiador e a historiadora da cultura a entender as representações que exprimem as posições e interesses dos atores sociais e “identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler”⁴, compreendendo que as lutas de representação ocorrem devido a hierarquização da estrutura social, percebendo suas classificações e exclusões.

De que maneira é possível utilizar aspectos como a moda, o vestuário e a aparência para identificar as transformações da sociedade feirense que teve seu processo de modernização consolidado durante a década de 1950? Para Maria do Carmo Rainho, esses temas revelam hábitos, posições sociais, comportamentos e gostos de uma época⁵ possibilitando desvelar a trama cotidiana e os conflitos citadinos. Desse modo, utilizaremos o conceito proposto pela historiadora que nos diz que a moda “não permanece limitada ao vestuário [...] mas também a cultura das aparências – que envolve as roupas e também os acessórios, as joias, os calçados, os penteados e os cosméticos”⁶ e são afetados periodicamente pelo surgimento do novo. Incluímos ainda, o conceito de moda proposto por Rainho, a pesquisa de setores como a linguagem, os espaços sociais, os comportamentos, gostos, artistas, ideias, objetos decorativos e de arte que foram apresentados aos leitores e leitoras das duas fontes impressas analisadas: o jornal *Folha do Norte* e a revista *Gente Importante*.

Nos anos 50 Feira de Santana passou por transformações urbanas e a modernização do espaço citadino requisitou dos moradores da urbe o refinamento dos gostos e dos gestos. A cidade nos “anos dourados” tornou-se palco para a difusão de modas e de novos comportamentos que faziam parte de um modelo gestado pelas classes abastadas e que

² CHARTIER, Roger. **O mundo como representação**. Estudos Avançados. São Paulo, v. 5, n. 11, 1991, p. 173-191. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci_arttext> Acesso em: 21 jan. 2017.

³ Ibidem, p. 183.

⁴ CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, Lisboa: Difel, 1990, p. 17.

⁵ RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002, p.12.

⁶ Ibidem, p. 12-13.

deveria ser imitado por todos e todas. Esse grupo desejava que os costumes rústicos que lembrassem o pretérito rural fossem abandonados e substituídos por um moderno jeito de ser que estava relacionado aos cuidados com a aparência, com o vestuário e com um refinado comportamento social. Sobre a alteração dos hábitos nas sociedades ocidentais, Norbert Elias nos alerta que essas mudanças não atingem a todos e todas, sendo vivida pelos indivíduos que almejam a diferenciação, criando barreiras sociais e tornando visíveis os aspectos que os distinguiam como civilizados.⁷

A elite citadina utilizou o periódico *Folha do Norte* como instrumento de divulgação e normatização social, veiculando em suas páginas textos que apresentavam novas formas do bem viver e críticas as posturas consideradas anticivilizadas. Segundo Rollie Poppino, este era o jornal mais lido do interior baiano⁸ e foi pioneiro na imprensa escrita local a apresentar colunas sobre moda, saúde e assuntos femininos, além do jornalismo social que exibiu o estilo vida dos endinheirados da cidade.

As notícias de moda exibidas na *Folha do Norte* apresentam um cenário de sintonia com as tendências mundiais, por conseguinte de imitação de um vestuário internacional. A partir do método de pesquisa proposto por Roland Barthes analisamos o vestuário da moda através de dois níveis: o vestuário imagem que é aquele fotografado ou desenhado; e o vestuário escrito que transforma as fotografias e desenhos em linguagens.⁹

Já durante os anos 60 a cidade recebeu o primeiro exemplar da revista *Gente Importante* que apresentava em suas páginas as fotografias e os perfis dos representantes da classe abastada feirense. O uso de textos atrelados a imagens potencializam a informação que determinado veículo midiático pretende apresentar. Segundo Ana Luiza Martins, o uso das duas técnicas propicia aos mais diversos públicos o acesso à informação até então subtraída ao analfabeto e às camadas desfavorecidas. Sua mensagem atinge indistintamente o letrado, o semialfabetizado e até o analfabeto. O alcance pode ser imenso, levando-se em consideração a força da imagem, sempre procedente no conjunto, da esfera do simbólico.¹⁰

As fotografias estampadas no jornal e na revista também compunham uma importante fonte para esta pesquisa, sendo compreendidas como documentos que apresentam características da vida material do período e, segundo Ciro Flamarion Cardoso, atuam “como

⁷ ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia da corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

⁸ POPPINO, Rollie. **Feira de Santana**. Feira de Santana: Itapuã, 1968, p. 220.

⁹ BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009, p. 19.

¹⁰ MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras. **Revista História**. V. 22. Número 01. Franca-SP. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-90742003000100003> Acesso em 05 out. 2012.

importante meio através do qual se pode reestruturar os quadros de representação social e os códigos de comportamento dos diferentes grupos socioculturais.”¹¹

Segundo o idealizador da publicação, o colunista Cid Daltro, os indivíduos que foram apresentados nos exemplares analisados possuíam um arcabouço cultural, econômico e intelectual que os tornava distintos dos demais. O conceito de distinção trabalhado toma os apontamentos do sociólogo Pierre Bourdieu, que analisou, por meio das apreciações estéticas e nos consumos de objetos culturais, os mecanismos de diferenciação e de afirmação da distância nos grupos sociais dominantes. Por conseguinte, a posse de determinados “sinais distintivos” manifesta uma diferença reconhecida e legitimada pelos participantes do mesmo grupo social, que se aproximam devido às afinidades de gostos e, também, pelos participantes dos outros grupos sociais não possuidores desses sinais.¹²

Na construção deste trabalho, que tem como objetivo compreender o vestuário e a aparência como características de distinção social em Feira de Santana durante as décadas de 1950 e 1960 descrevemos no primeiro capítulo, *É para se ver que Feira não pode parar – Feira de Santana como palco de modas e modismos*, as mudanças ocorridas no espaço urbano da cidade, salientando que essas ocorreram com conflitos constantes entre o moderno e o antigo, o urbano e o rural.

A cidade, que teve sua origem relacionada a uma feira e comércio bovino, adentrou a década de 1950 embalada pelo processo de modernização nacional iniciado pelo presidente Juscelino Kubistchek. O discurso de melhoramentos urbanos e de afastamento de tudo o que lembrasse o pretérito pastoril permeou o conteúdo apresentado nas páginas do jornal *Folha do Norte* que, como dito anteriormente, era o instrumento de vigilância e porta voz das configurações normativas da elite cidadina.

O espaço urbano é o local de ver e ser visto, desta forma, apresentamos o itinerário comercial da moda feirense, percorrendo as principais lojas que comercializavam tecidos, adornos e as peças vestimentares que estavam em voga e compunham o vestuário dos participantes da “boa sociedade” que se reuniam em festas e bailes que ocorriam no *Feira Tênis Clube* e no *Clube de Campo Cajueiro*, além das sessões fílmicas que ocorriam nos cinemas da cidade e em reuniões e eventos particulares.

¹¹ CARDOSO, Ciro Flamarion.; MAUAD, Ana Maria. História e imagem: os exemplos da fotografia e do cinema. In: CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo (Orgs.). **Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

¹² BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2015.

No segundo capítulo, *Os mensageiros do progresso cidadão*, apresentamos um panorama histórico da criação do jornal *Folha do Norte* e da revista *Gente Importante*, fontes que nos ajudam compreender a visão de mundo e os modelos de comportamento vividos e propagados pelas classes dirigentes da cidade. Em seguida, discutimos o surgimento e importância dada ao colunismo social na imprensa local. Apresentado como consequência do progresso cidadão, o jornalismo de frivolidades movimentou a sociedade feirense, incentivando a competição e o exibicionismo dos colunáveis ao mesmo tempo que foi alvo de duras críticas por parte da sociedade que considerava tal escrita fútil e desnecessária.

O colunismo social foi também instrumento normativo de comportamentos, apresentando aqueles considerados ideais numa urbe moderna e possibilitando sua imitação pelos demais. Por esta razão, foi dedicada uma atenção especial à escrita do cronista social Eme Portugal que comportou-se como um divulgador de tendências e modas, além de vigilante e crítico de comportamentos considerados destoantes, sendo um personagem que transmitiu através da coluna *Sociedade* e da organização de grandes eventos de beleza, religiosos e de filantropia, os códigos de comportamento tidos como ideais para os residentes em Feira de Santana.

O terceiro capítulo, *Imagens da moda na Feira de Santana – vestuário, aparência e distinção social*, tem a finalidade de analisar os textos jornalísticos, o mercado e o consumo de moda na cidade, atentando para o conteúdo veiculado na coluna *No mundo da Moda* que apresentava as tendências vestimentares que estavam em voga no período em questão e que também eram divulgadas pelos filmes de Hollywood e tinham bastante aceitação na cidade. Discute-se também, a partir da quantificação e análise das imagens veiculadas na revista *Gente Importante*, como os homens e mulheres que faziam parte da “boa sociedade” faziam uso daquilo que estava em evidência no que tange ao vestuário e aparência. Aborda-se ainda, como o discurso de progresso atingiu os lugares sociais dos homens feirenses, a partir da construção de um novo modelo de masculinidade baseado no consumismo, no refinamento dos gestos e cuidado da aparência, impondo um afastamento dos modelos considerados incivilizados.

Por fim, no quarto capítulo *Na época da televisão e da bomba atômica ninguém quer ser feio ou velho*, discutimos como a medicina, a cosmiatria, a moda e o consumo agiram na tentativa de modificar os corpos dos homens e mulheres feirenses. Foram analisados os textos apresentados na coluna *Conselhos de Beleza* que descreviam maneiras de como cuidar do corpo, pele e cabelos, como forma de manter a juventude em detrimento da tão temida velhice.

Refletimos ainda, como os concursos de beleza e o vestuário incentivaram um processo de juvenilização e controle dos corpos femininos num período de diminuição das medidas corporais e da diminuição dos centímetros das peças vestimentares. Além disso, discute-se a relação entre a inteligência e a beleza feminina e como esses capitais atuariam no sucesso pessoal da mulher.

Foram analisadas, ainda, as representações de mulheres e homens que modificaram seus corpos, vestuário e comportamentos de acordo com a posição social que ocupavam e a partir desses sinais deixavam visíveis as diferenças que marcavam as distâncias entre as classes, os gostos e os estilos de vida dos cidadãos da urbe feirense.

CAPÍTULO 1 – “É PARA SE VER QUE FEIRA NÃO PODE PARAR” – FEIRA DE SANTANA COMO PALCO DE MODAS E MODISMOS

1.1 A PRINCESA DO SERTÃO

Mudaram-se os tempos. Já a Feira de Santana de hoje é uma sugestiva ilustração de nervoso verso de Émile Verhaeren, ou a reticência de um trecho de Toda América, de Ronald de Carvalho. Dinamismo, vida nova, movimento e movimento. Nunca se poderá mais dizê-la “Cidade do Silêncio e da Melancolia”. Foi-se esse tempo... Carros, caminhões, ônibus sacolejando a paisagem, grita de buzinas vigorosas, alto falantes desmentem esta legenda. Que coisa diferente! Edifícios que sobem vaidosos pelos músculos seguros de seis e sete andares. Lá virão histórias de direito de condomínio. Lá virá problemas de vizinhança num prédio só.¹³

O excerto destacado, escrito na década de 1940, aponta o olhar do poeta, que como um *flâneur*, observa nostálgico as mudanças que ocorrem na paisagem física e social da cidade de Feira de Santana. O sertanejo Eurico Alves Boaventura, escritor que tinha como tema recorrente a sua musa Feira de Sant’Anna, via a cidade, outrora pacata e silenciosa, crescer a passos largos rumo ao progresso, esquecendo-se do seu passado pastoril.

Segundo Celeste Pacheco, a origem da urbe sertaneja remonta ao século XVIII quando Antônio Guedes de Brito, proprietário da sesmaria de Tocós, resolveu desmembrá-la dando início ao surgimento de fazendas que tinham como atividade a rentável criação de gado. Donos da fazenda Santana dos Olhos d’Água, o casal português Domingos Barbosa e Ana Brandão construiu ali uma capela em louvor a São Domingos e Santana, tornando-se ponto de parada de viajantes e comerciantes, culminando no surgimento de uma pequena feira e do povoado Sant’Ana dos Olhos d’Água ainda no século XVIII.¹⁴

Conforme o brasilianista Rollie Poppino, a atividade pecuária no interior baiano deu-se no século XVI. O gado era vendido na feira de Capuame, no norte do Recôncavo. Em fins do século XVIII, as terras férteis da região foram incorporadas à atividade canavieira, obrigando a relocação da feira de gado para as regiões de Conceição da Feira, Nazaré e Feira de Santana. O pesquisador justifica a inclusão de Feira de Santana no cenário comercial bovino por essa possuir excelentes pastagens naturais, a existência de grandes lagoas e um lençol freático quase na superfície, além da proximidade com o Recôncavo.¹⁵

O pequeno arraial torna-se ponto estratégico da economia baiana. Vendedores e compradores de gado, criadores e vaqueiros, gente de todas as partes do país passam por essa

¹³ BOAVENTURA, Eurico Alves. **A paisagem urbana e o homem**. Feira de Santana: Editora UEFS, 2006, p. 102.

¹⁴ ANDRADE. Celeste Maria Pacheco de. **Origens do povoamento de Feira de Santana** – um estudo de história colonial. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1990. p. 127.

¹⁵ POPPINO, Rollie, op. cit., p. 54-55.

terra, contribuindo para o crescimento local, culminando, em 1832, na elevação do arraial em Vila.¹⁶

A localização geográfica privilegiada fez da vila ponto de parada para descanso de boiadas e repouso dos tropeiros quando voltavam das viagens do alto sertão para o porto de Cachoeira, além de pouso de esperança para famílias carentes que fugiam da seca. O aumento demográfico¹⁷ e a intensidade do comércio bovino e de outras mercadorias¹⁸ permitiram a Vila ascender a categoria de cidade em 16 de junho de 1873.¹⁹

A imagem cidadina foi construída a partir de um discurso que atribuiu a Feira de Santana condições climáticas e geográficas favoráveis para o desenvolvimento de um comércio dinâmico e em expansão. Tal fato chamou a atenção do jurista Ruy Barbosa que em visita a cidade, em 1919, denominou-a com a alcunha de “Princesa do Sertão”²⁰. Conforme Kleber Simões, a atitude permitiu a distinção de Feira de Santana em relação as outras cidades do interior, tornando-se referência principal do sertão baiano para as populações litorâneas.²¹

A representação principesca coadunava-se com o plano de uma elite composta por profissionais liberais, intelectuais, comerciantes e políticos de modernizar a cidade, afastando-a da imagem rural. Tal atitude é atestada com uma série de intervenções e melhoramentos urbanos que ocorreram no início do século XX.²² Os coronéis deixaram o repouso de suas fazendas e vieram a construir seus palacetes influenciados arquitetonicamente pela *Art Nouveau*. Obras de infraestrutura foram executadas, além da ampliação de ruas e avenidas, embelezamento da cidade, construção de estradas de rodagem e disciplinarização da feira livre e da feira de gado. Segundo Ana Maria Oliveira, grande quantidade de bois disputavam o espaço da feira livre com tabuleiros, barracas e bancas dos vendedores ambulantes.²³

Representante das elites e defensor do progresso, o prefeito Heráclito Dias construiu durante a sua gestão (1938 e 1943) os Currais Modelo, espaço destinado à inspeção e

¹⁶ OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos. **Feira de Santana tempos de modernidade: olhares, imagens e práticas do cotidiano.** (1950-1960). 2008. 221 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, 2008, p 40.

¹⁷ Em 1875, a cidade contava com 7.995 habitantes, sendo que 4.327 homens e 3.769 mulheres; 7. 624 livres e 71 escravos ; 7.959 nacionais e 37 estrangeiros. Ver SILVA, Aldo José M. **Natureza Sã, Civilidade e Comércio em Feira de Santana** – Elementos para o estudo da construção de identidade social no interior da Bahia 1833-1937. (Dissertação de Mestrado). Salvador: UFBA, 2000, p. 20.

¹⁸ POPPINO, Rollie, op.cit., p. 150.

¹⁹ Ibidem, p. 150.

²⁰ SIMÕES, Kleber José Fonseca. **Os homens da Princesa do Sertão: modernidade e identidade masculina em Feira de Santana (1918-1938).** (Dissertação Mestrado em História) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007, p. 21.

²¹ Ibidem, p. 21

²² SANTOS, Cátia Maria Ferreira dos. **Visões de uma cidade: Imagens Urbanas de Feira de Santana (1929-1940).** Feira de Santana: UEFS, 2004, p. 7.

²³ OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos, op. cit., p. 41.

comercialização bovina.²⁴ Tal atitude materializou o discurso progressista de afastar para longe do centro urbano tudo aquilo considerado sertanejo e anticivilizado. O projeto de modernidade implementado pelas autoridades locais promoveu a segregação entre os grupos abastados e as demais camadas sociais, intensificando os discursos disciplinadores. Posto isso, ocorria de maneira gradual o deslocamento da representação rural feirense para defini-la enquanto local de influente comércio e de estrutura cidadina adequada, motivado pelo desejo dos comerciantes de “incluírem-se nos liames do capitalismo mundial.”²⁵

1.2 A PRINCESA COMERCIAL

Meu caro Aloísio

[...]

A tua cidade, bisonha e, certamente com algo de pitoresco e de romântico a época em que viveste, derramou-se, esbateu-se por sobre o planalto com o afã de quem tem um encontro marcado com o progresso. Os palacetes alinham-se como nunca se alinharam. Rasgam-se as avenidas, tentáculos gigantesco que parecem pretender abarcar a urbe.²⁶

O olhar do cronista Hugo Navarro sobre as transformações ocorridas na urbe feirense demonstra que a tal caminhada rumo ao progresso se deu com embates e certo desgosto de alguns. A cidade crescia e se afastava de tudo que lembrasse o bucolismo de outrora. Entretanto, percebemos que, entre as décadas de 1950-1960, Feira de Santana convivía com uma identidade ambígua, permeada por um discurso modernizante, oriundo ora de uma elite progressista que tentou normatizar e disciplinarizar a sociedade, tendo como principais instrumentos cerceadores o Código de Posturas e o jornal *Folha do Norte*, ora de práticas consideradas anticivilizadas e de resistências vividas e perpetuadas por indivíduos considerados inimigos do progresso.

A década de 1950 marca um tempo de mudanças no plano econômico e político do Brasil. Foi um período histórico caracterizado por grande otimismo em relação ao futuro. Para grande parte dos brasileiros, o país logo seria reconhecido como uma nação moderna, efeito de uma economia que agregava os padrões de produção e de consumo próprios dos países desenvolvidos. A opinião predominante apontava para o advento de uma nova civilização nos trópicos que combinava a incorporação das conquistas materiais do capitalismo com características que singularizavam o brasileiro: cordialidade, criatividade e tolerância.²⁷

²⁴ Ibidem, p. 42.

²⁵ SIMÕES, Kleber, op. cit., 43.

²⁶ Jornal Folha do Norte – **Meu caro Aloísio** – 13.01.1951 – Edição 2166, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁷ MELLO, João Manuel C. de e NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: NOVAIS, Fernando e SCHWARCZ, Lília Moritz (Orgs.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 560.

Assistia-se a uma modernização progressiva, com desenvolvimento urbano e industrial, aumento das possibilidades no campo profissional e escolar, tanto da população em geral quanto da feminina. O sistema rodoviário foi construído, cortando o Brasil de ponta a ponta, com algumas estradas de padrão internacional.²⁸ O presidente Juscelino Kubitschek argumentava que a construção de Brasília daria origem tanto à integração nacional como ao desenvolvimento regional do país. Conforme Rodrigues²⁹ este presidente estabeleceu sua política governamental tendo como base o Plano de Metas, sugerindo o crescimento do capitalismo no país e combatendo os problemas crônicos como energia, transportes, alimentação, indústria e educação.

A criação da Petrobrás em 1953 proporcionou o desenvolvimento industrial no Brasil e, especificamente, na Bahia. Instalada no município de São Francisco do Conde na refinaria Landulfo Alves, a Petrobrás alterou a economia do município. Os investimentos feitos pela petroquímica, entre os anos de 1955 e 1959, favoreceram o surgimento na região de novos grupos sociais como operários e funcionários não operários, grupo díspar no ponto de vista de suas ocupações e dos seus níveis de salário.³⁰

Segundo Oliveira, Feira de Santana foi integrada nesse processo através da execução de projetos de melhoramentos do perímetro urbano, construção e manutenção de edifícios públicos, desenvolvimento da indústria e expansão dos volumes dos serviços comerciais decorrentes da abertura de rodovias que, devido à localização geográfica privilegiada, tornara a cidade o maior entroncamento rodoviário do Norte-Nordeste do país.³¹ Tal fato colaborou para a expansão de bens de consumo e duráveis oriundos do Sudeste do país e estimulou a vocação comercial da urbe. A cidade servia de passagem da mão-de-obra do Nordeste para trabalhar nas indústrias do Sudeste e como percurso de escoamento das mercadorias produzidas na área recém-industrializada do Sudeste para serem absorvidas pelo mercado nordestino.³²

A vocação comercial da urbe tem seu auge e consolidação a partir da década de 1950 quando cerca de 698 estabelecimentos comerciais empregavam quase duas mil pessoas, correspondendo a um quarto da riqueza local.³³ Em 1960, o número de estabelecimentos praticamente dobrou, sendo que no comércio varejista 2.386 pessoas estavam empregadas,

²⁸ Ibidem, p. 563.

²⁹ RODRIGUES, Andréa da Rocha. **Honra e sexualidade infanto-juvenil na cidade do Salvador, 1940-1970**. 2007. 210 f. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, 2007, p. 24.

³⁰ Ibidem, p. 212.

³¹ OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos, op. cit., p 19.

³² Idem.

³³ POPPINO, Rollie, op. cit., 244.

enquanto na atividade atacadista, aproximadamente 320 trabalhadores foram alocados.³⁴ A publicidade era reproduzida pelo serviço radiofônico e em jornais locais, como a *Folha do Norte*, que durante o período pesquisado era o periódico mais lido no interior da Bahia.³⁵

Conforme Antonio Fernando Guerreiro de Freitas, a construção de rodovias a partir da segunda década do século XX alterou o cenário regional visualizado para a Bahia constituindo não mais um espaço articulado em torno da sua capital - Salvador - mas um conjunto formado de microrregiões que passaram a compor uma nova regionalidade.³⁶ Nesse período, foram concluídas a rodovia Rio-Bahia (BR 116) e a Feira-Salvador (BR 324) considerada “uma das mais belas estradas do Brasil, à altura de honrar e elevar sobremodo a engenharia nacional”.³⁷ Feira de Santana, que agora poderia ser apelidada de “princesa comercial”, se tornou uma das principais cidades do estado – depois de Salvador – devido ao seu entroncamento rodoviário, interligando às microrregiões baianas ao Nordeste e ao Centro-Sul do país.

A cidade registrou um crescimento populacional considerável e exercia importante papel dentre os municípios baianos. Segundo o recenseamento de 1950, Feira de Santana contava com 108.470 habitantes, ocupando o quarto lugar na relação dos municípios mais populosos da Bahia.³⁸ O rápido crescimento demográfico verificado foi reforçado pela chegada de refugiados das secas que vinham de diversas partes do Nordeste e aportavam na cidade, assim como pela fixação de residência de negociantes e famílias de cidades vizinhas.³⁹

Segundo Clóvis Ramaiana, parte da sociedade local não via com bons olhos a chegada de migrantes oriundos dos estados de Alagoas, Paraíba e Pernambuco, creditando a eles a violência e balbúrdia crescente⁴⁰:

A população sofreu uma extraordinária mudança. Há nortistas e nortistas, com todos os sotaques e peixeiras. O destacamento policial também cresceu muito, e trabalha febrilmente em dar facada em paraibano e receber facada de paraibano.⁴¹

³⁴ OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos, op.cit., 53.

³⁵ POPPINO, Rollie, op. cit., p. 220.

³⁶ FREITAS, Antonio Fernando Guerreiro de. “**Eu vou para a Bahia**”: a construção da regionalidade contemporânea. Bahia Análise e Dados. Salvador: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, v.9, n.4, Março de 2000, p.24.

³⁷ Jornal Folha do Norte – 03.02.1951 – Edição 2169, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses MSC/CENEF.

³⁸ Jornal Folha do Norte – 17.02.1951 – Edição 2171, p. 04. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³⁹ SOUZA, Eronize Lima. **Prosas da valentia**: violência e modernidade na princesa do sertão (1930-1950). 2008. 253 f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008, p. 28.

⁴⁰ Ver OLIVEIRA, Clóvis Frederico Ramaiana Morais. “**Canções da cidade Amanhecendo**”: urbanização, memórias e silenciamentos em Feira de Santana, 1920-1960. 263 f. 2011 (Tese de Doutorado) Brasília: Universidade de Brasília, 2011. p. 25.

⁴¹ Jornal Folha do Norte – **Meu caro Aloísio** – 13.01.1951 – Edição 2166, p. 04. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

A inclusão de Feira de Santana no cenário nacional implicou para a sociedade feirense reorganizar a cidade e o seu cotidiano, alterando hábitos e construindo representações associadas a uma urbe comercial, progressista e moderna.⁴² Existia o próprio conflito entre o novo e o velho, decorrente do desejo generalizado das elites em ascensão - intelectuais, judiciários, comerciantes, profissionais públicos e liberais – em inserir a cidade em todos os aspectos da modernidade – progresso material e melhoramentos urbanos - que embalava as outras cidades brasileiras.⁴³ Para Cristiana Barbosa de Oliveira, desde o princípio do século XX a urbe feirense passou por sucessivas transformações baseadas num processo de disciplina e normatização social determinadas pelas elites sociais, que controlava a população e excluía as camadas populares do “prazeroso e higiênico” ambiente urbano.⁴⁴

O periódico *Folha do Norte* disseminava a civilização dos costumes e a necessidade de refinamento de atitudes da sociedade feirense, sendo o porta-voz da propaganda do progresso na cidade. A publicação da presença dos melhoramentos materiais e dos novos valores culturais no cenário urbano que, estampada nas páginas desse jornal, tornava real o discurso da cidade desejada. Por trás de toda notícia estava implícita uma visão de mundo que orientava o modo de produzir o texto, de veicular informação, de propagar ideias e valores. Este hebdomadário⁴⁵ nos permite ler Feira de Santana a partir dos discursos moralizadores que caracterizavam as reportagens das décadas de 1950 e 1960, que procuravam estabelecer os critérios para preparação de uma nova sociedade, afastada de comportamentos considerados destoantes.

Na busca pela consolidação de um espaço público harmonioso, a paisagem urbana adquiriu novos traços: há a criação de novos prédios públicos, a exemplo do Estádio Municipal (1953), do Ginásio Estadual Noturno (1957), da Escola de Menores (1957) e do Hospital D. Pedro de Alcântara (1957). Foram também construídos o Cine Santanópolis (1958), o Lions Clube (1958)⁴⁶, a Agência do Banco do Nordeste (1958), Biblioteca Municipal (1962), o Matadouro Frigorífico e dos Currais Modelo (1962), o Museu Regional (1967), o Parque de Exposições João Martins da Silva (1967), o Fórum Filinto Bastos (1967),

⁴² OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos, op. cit., p. 20.

⁴³ SOUZA, Eronize Lima, op. cit., p. 14.

⁴⁴ RAMOS, Cristiana Barbosa de Oliveira. **Timoneiras do bem na construção da cidade princesa: Mulheres de elite, cidade e cultura (1900-1945)**. Dissertação (Mestrado em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional). Universidade do Estado da Bahia, Santo Antonio de Jesus, 2007, p. 25.

⁴⁵ Termo utilizado para se referir a uma publicação semanal.

⁴⁶ Clubes de serviços voltados para causas humanitárias fundado no ano de 1917 em Chicago - EUA. Nas décadas de 1950 e 1960 a expansão internacional intensificou-se, chegando ao Brasil em 1952.

a Estação Rodoviária (1967), além do Clube de Campo Cajueiro (1964) e o Aeroclub (1961)⁴⁷. A nova arquitetura atribuía ares de progresso às ruas da cidade.

O novo cenário trouxe consigo novas sociabilidades. O teatro citadino era animado com a realização de bailes realizados pelas filarmônicas 25 de Março; Vitória e Euterpe Feirense. Esses ocorriam no *Feira Tênis Clube*, espaço de sociabilidade da elite feirense, frequentado por “famílias honestas e incautas”⁴⁸. As exibições de filmes nos principais cinemas da cidade, os concertos musicais, as exposições de artes plásticas e apresentações de artistas de fama nacional demonstravam que

[...] Feira de Santana já possui um público capaz de sentir e aplaudir a boa arte, uma mentalidade promissora de ambiente fértil, onde grandes artistas encontram certa receptividade, tão rara nas cidades do interior.⁴⁹

A inauguração do Centro Literário Aloisio Resende⁵⁰ e da Associação Cultural de Feira de Santana⁵¹ representou um marco, pois trouxe ares renovados em termos culturais à cidade. Esses espaços eram locais para revelar a opulência dos novos e velhos membros da sociedade feirense, de compartilhar os novos valores e comportamentos sociais desejados, bem como de mostrar as novas formas de utilização e apropriação do espaço público, agora utilizado, também, para lazer e encontros sociais.

As tensões existentes entre o velho e o novo mediavam os discursos e a hierarquia social. Feira de Santana buscou alcançar distinção das outras cidades do interior buscando realizar eventos de grande porte voltados para um público selecionado. As classes abastadas da urbe contavam com um moderno aparato arquitetônico e cultural que permitiam o distanciamento das camadas populares, permitindo atitudes que caracterizam uma distinção social, que é o processo de simbolização da diferença social atrelada às dimensões como consumo, frequência em espaços específicos, postura, exibição de imagens, de objeto de vestuário e de luxo.

A Micareta, festa mais popular da cidade, comemorada durante quatro dias, todos os anos ao fim da Semana Santa, era o verdadeiro carnaval feirense. A população era convidada a participar da ornamentação das ruas e avenidas, dos concursos de sambas e marchinhas,

⁴⁷ SANTOS, Grazyelle Reis dos. **Literatura e cultura em Feira de Santana**: práticas, usos e tendências em impressos da Folha do Norte (1951-1969). 2008. 244 f. Dissertação (Mestrado em Literatura e Diversidade Cultural) Universidade Estadual de Feira de Santana, 2008, p. 26-27.

⁴⁸ Jornal Folha do Norte - **Uma suspensão injusta e um protesto justificado** - 14.01.1950 - Edição 2114, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁴⁹ Jornal Folha do Norte - **Noite de arte no Feira Tênis Clube** - 28.02.53 - edição 2277, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁵⁰ Jornal Folha do Norte - **Instalado o Centro Literário Aloisio Resende** - 11.03.1953 - Edição 2283, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁵¹ Jornal Folha do Norte - **Associação Cultural de Feira de Santana será fundada hoje** - 14.11.1953 - Edição 2314, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

escolher a rainha, o rei Momo e as princesas da folia. Segundo Miranice Moreira, o governo municipal muito investia na propaganda do evento, que tornou-se alternativa daqueles que desejassem prolongar os festejos carnavalescos. Pessoas das cidades circunvizinhas e de outros estados vinham a Feira de Santana aproveitar a folia que ocorria após o feriado religioso da quaresma.⁵²

As ruas eram tomadas por diferentes grupos que desfilavam suas fantasias e não faltavam divertimentos para as moças de todas as classes sociais “e quanta gente olhando tantas garotas bonitas, cantará baixinho: A mulher deve casar meu irmão, mas o homem não!”⁵³ Aqueles que gostavam de provocar desordem eram avisados, pois de acordo com a portaria policial “é proibido dirigir palavras obscenas especialmente as pessoas do sexo feminino, praticar atos e dizer pilhérias ofensivas a moral.”⁵⁴

Para os governantes, festas como a Micareta, além de trazer a população para as ruas e gerar renda, tinham a função de moldar, sociabilizar os bons atos e costumes da sociedade que desejava moderna⁵⁵. As denúncias dos excessos e inversões de valores destacavam o limite do permitido, revelando o que é recorrente. Assim, as notícias sobre os acontecimentos festivos bem como as portarias policiais divulgadas demonstram a constante preocupação de normatizar as relações sociais.

O crescimento material da cidade e os sinais do progresso foram aparecendo aos olhos dos cidadãos feirenses. Na década de 1950 a cidade dispunha de um sistema de telecomunicações com os municípios vizinhos, que eram servidos pela *Bahia Electric Power Company*. Nesse período, existiam duas estações de rádio: a 2YR3 da Rádio *Sociedade* e a 2YN24 sob o patrocínio da Rádio *Cultura* de Feira de Santana. Além disso, dois alto falantes de propriedade dos jornais *Voz do Norte* e *Constelação*, divulgavam notícias, músicas e anúncios diariamente.⁵⁶

O encontro com o progresso proporcionara mudanças comportamentais dos habitantes da cidade, influenciados pelos novos estilos de vida encontrados nas nações desenvolvidas, recém-saídas da II Guerra Mundial e tecnologicamente mais adiantadas. Conforme Simões, o

⁵² Miranice Moreira da. **Entre máscaras e serpentinas:** por uma história dos festejos carnavalescos feirenses (1891-1939). 2013. 134 f. Dissertação (Mestrado em História, Cultura e Poder). Universidade Estadual de Feira de Santana, 2013, p. 73-74.

⁵³ Jornal Folha do Norte – **Micareta** - 08.04.50 – Edição 2126, p.03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁵⁴ Jornal Folha do Norte – **Portaria da Polícia** - 01.04.50 – Edição 2125, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁵⁵ SILVA, Miranice Moreira da, op. cit.

⁵⁶ POPPINO, Rollie, op. cit., p. 219.

estilo de vida francês influenciou a sociedade feirense até a década de 1940.⁵⁷ A partir de 1950, percebemos que o *american way of life* estadunidense foi veiculado como referência de civilidade. No Brasil a aspiração à ascensão individual tornou-se forte tendência e se traduziu através do crescente hábito consumista.⁵⁸ A *Folha do Norte* estimulava o consumo através da veiculação de propagandas de automóveis, eletrodomésticos, eletrônicos, cosméticos e moda.

Nessa conjuntura cresceu a participação feminina no mercado de trabalho, especialmente no setor de serviços de consumo coletivo, em escritórios, no comércio ou em serviços públicos. As mulheres também entraram em número crescente na educação superior e adquiriam novos hábitos sociais destacados pelo hebdomadário: “as moças bebem *whisk* e fumam cigarro americano”.⁵⁹ Os filmes e as capas de revistas popularizavam a imagem da mulher que fumava: moderna, elegante, ousada, voluptuosa, sedutora e misteriosa.⁶⁰ Segundo Sohn citada por Michelle Perrot “[...] a cidade, no final das contas, mostrou ser sobretudo um local de liberação e de liberdade para as mulheres, e de modernização das relações sociais e sexuais [...]”.⁶¹ Contudo, em Feira de Santana, tal comportamento não era bem visto pelos grupos dominantes.

Os problemas de infraestrutura do espaço público surgiam como grave contradição com o momento histórico vivido. O periódico denunciava constantemente a precariedade dos serviços de policiamento, eletricidade e saneamento básico da cidade. Comportamentos destoantes presentes no espaço citadino como a malandragem, jogatina, zombarias, descaso com o patrimônio público e falta de educação eram combatidos nas páginas do periódico.

Animais soltos andavam a vontade pelos passeios e ruas, causando transtorno aos olhos daqueles que desejavam uma urbe moderna.

Paraíso dos animais

Chamamos a atenção da fiscalização municipal para os animais que vivem perambulando pelas ruas da cidade. Entretanto nenhuma providência foi tomada. A nossa terra continua infestada de cães, porcos, jumentos, para vergonha dos que nasceram e habitam uma cidade civilizada e importante como a nossa.⁶²

As matérias sobre a inconveniência dos animais soltos nas ruas da cidade evidenciam aspectos da sociedade feirense durante o período analisado: alguns desses animais serviam às classes trabalhadoras ora como elementos complementares de sua alimentação, ora como

⁵⁷ SIMÕES, Kleber, op. cit., p. 44-47.

⁵⁸ MELLO, João Manuel C. de; NOVAIS, Fernando, op. cit. p. 572.

⁵⁹ Jornal Folha do Norte – **Meu caro Aloísio** – 13.01.1951 – Edição 2166, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁶⁰ BESSE, Susan. **Modernizando a desigualdade: reestruturação da ideologia de gênero no Brasil, 1914-1940**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999, p. 32.

⁶¹ PERROT, Michelle. **As mulheres ou os silêncios da história**. Bauru, SP: EDUSC, 2005, p. 34.

⁶² Jornal Folha do Norte – **Coisas da cidade** – 06.01.1951 - Edição 2165, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF

possibilidade de aumentar suas rendas, auxiliando no transporte de mercadorias, principalmente nos dias de feira livre.⁶³

Um problema intensamente discutido em um período de valorização do trabalho e criticado pela imprensa e por parte da sociedade foi o jogo do bicho, tido como uma “epidemia”⁶⁴, conduta considerada atrasada, “veículo de ociosidade e porta aberta ao crime e demais deformidades morais [...]”.⁶⁵ Os leitores também contribuíam na constante vigilância do espaço citadino ao enviarem à redação da *Folha do Norte* os mais diversos tipos de reclamações contra aqueles que consideravam agentes nocivos para a urbe.

Atentado ao sossego público

Moradores as vias paralelas a chamada Rua do Meio tem endereçado a esta redação queixas contra o ruído tremendo de alto-falantes e cabarés que ali funcionam escandalosamente durante toda a noite, prejudicando-lhes o descanso. Tais reclamações devem ser enviadas Sr. Delegado de Polícia, que estamos certos, tomará as devidas providências. De fato, a Rua do Meio, encravada entre as duas principais artérias da cidade, é a pletora do crime. Cheia de “bars” ignóbeis, de cafés imundos, de cabarés, de orquestras infernais e alto falantes, onde o meretrício aparece com toda pujança da sua miséria, a Rua do Meio é hoje, mais do que nunca, um perigoso centro de vícios e crimes, ponto de reunião de todos os regabofes, marreteiros e quejandas pústulas sociais que atualmente empestam esta cidade de Santana.⁶⁶

A Rua do Meio – atual Sales Barbosa - era uma rua onde as moças de família não podiam passar, pelo fato desse local ser zona de meretrícios. A ação policial era um recurso utilizado com o intuito de disciplinar, controlar e estabelecer normas para os homens e mulheres dos segmentos populares.

Chegam-nos queixas de várias pessoas, contra o mulheril que reside a travessa Leonardo Pereira Borges [...] que vem praticando naquele local, desordens e atos contra a sociedade e reboliços durante toda a noite, prejudicando-lhes o sono. A antiga travessa do sossego foi transformada em local de barulho e rebuliço. Tais reclamações devem ser enviadas ao Senhor Delegado de polícia, que, talvez, tome as devidas providências.⁶⁷

Atribuía-se as mulheres que residiam na travessa Leonardo Pereira Borges as desordens que afastavam o sossego daquela artéria. A *Folha do Norte* tornava público o descontentamento das pessoas com o barulho e o rebuliço no local e sugeriu que as reclamações fossem enviadas ao delegado de polícia, pois esse, de acordo com o periódico,

⁶³ SOUZA, Eronize, op. cit., p. 49.

⁶⁴ Jornal Folha do Norte – **Eis o jogo, o grande putrefator** - 14.11.1953 – Edição 2314, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF

⁶⁵ Jornal Folha do Norte – 15.02.1958 – Edição 2536, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF

⁶⁶ Jornal Folha do Norte – **Coisas da cidade** – 29.07.1950 - Edição 2142, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF

⁶⁷ Jornal Folha do Norte – 13.01.51 – Edição 2166, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

teria o poder de disciplinar os espaços e controlar os comportamentos. Por conseguinte, acontecia a imposição de um padrão de comportamento.

Segundo Cristiana Barbosa de Oliveira a elite local utilizou-se de instrumentos de controle que restringiam as práticas populares das camadas mais pobres da população,

[...] a exemplo das brincadeiras de vaqueiros nas ruas do centro da cidade ou das suas imediações, batuques nos becos e subúrbios, práticas culturais das religiões afro-descendentes, em alguns casos com a prisão de seus praticantes, bem como a regulação de tipos humanos que povoavam a feira livre, a exemplo dos condutores de carroças e de carros de boi, além de disciplinar, na malha urbana, lugares e horários próprios para a circulação de sujeitos sociais indesejáveis àquela nova ordem, como as lavadeiras e as prostitutas, em especial.⁶⁸

A presença de prostitutas, lavadeiras e outros segmentos de mulheres pobres, além de vaqueiros, praticantes de religiões afrodescendentes, condutores de carroças e carros de boi que percorriam o cotidiano dessas ruas ou se movimentando em suas habitações, eram constantemente criticadas. Supostamente, esses indivíduos agrediam e atentavam contra o pudor das famílias abastadas da urbe além de interferir no projeto de um espaço citadino ordeiro e agradável.

Recomendava-se que as mulheres honestas caminhassem no espaço público sempre acompanhadas, ora de familiares, ora dos pais, marido ou do noivo. Conforme Rachel Soihet, a mulher no espaço público deveria ter limites na circulação e contato com outros sujeitos, por isso era necessário vigiar e punir comportamentos inadequados, principalmente se oriundos de mulheres. A ausência de um comportamento próprio para mulheres, marcado pelas características de recato, passividade e delicadeza, facilitava a repressão e a arbitrariedade policial, pois não se enquadrando nesse esquema, fugiam às normas atribuídas ao sexo frágil.⁶⁹

Como observa Ana Fani Carlos “a cidade é um produto histórico-social; nesta dimensão aparece como trabalho materializado, acumulado ao longo do processo histórico e desenvolvido por uma série de gerações”.⁷⁰ Convivemos, então, com uma diversidade de pensamentos e atitudes. Feira de Santana não fugiu a regra. Foi nesse cenário que homens, mulheres e crianças teceram suas histórias, utilizando-a como ambiente para exibição para modas e modismos. As páginas que seguem, terão como objetivo analisar como o vestuário e

⁶⁸ RAMOS, Cristiana Barbosa de Oliveira, op. cit., p. 30.

⁶⁹ SOIHET, Rachel. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In PRIORI, Mary Del (org.), **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997, p. 366.

⁷⁰ CARLOS, Ana Fani A. **Espaço-tempo na metrópole**: a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2001, p. 07.

a aparência foram instrumentos de distinção social, além de características fundamentais na consolidação da identidade comercial e progressista da Princesa do Sertão.

1.3 – OS CAMINHOS DA MODA

O aspecto urbano de Feira de Santana atraía seus habitantes. As ruas e avenidas largas e retas, as praças amplas e ajardinadas indicavam um padrão de sociabilidade voltado para o espaço público e o urbano, sinais do progresso que uma cidade deveria expor, associando-se aos ditames da modernidade. Nesse momento, a difusão da moda e de hábitos considerados refinados estavam associados ao desenvolvimento urbano e social. A rua era o espaço de concretização e visualização do progresso. Uma parcela da sociedade integrou-se nesse novo espaço urbano a partir da aquisição de determinados objetos materiais. Nesse caso, o ato de comprar correspondeu a necessidade de adaptação aos novos tempos, pois o indivíduo expressava a si mesmo através das suas posses.

Para o sociólogo alemão, Georg Simmel, a cidade é o palco privilegiado para o desenvolvimento da moda, pois quanto maior o número de círculos sociais que o indivíduo pertença, maior é a sua independência e mais visível sua personalidade. Desse modo, ao movimentar-se em vários ambientes, as pessoas dão uma maior importância à apresentação e aos cuidados pessoais com a aparência, sendo a moda uma das formas de exteriorizar a personalidade de cada um.⁷¹ Por ora, façamos o itinerário – entre as lojas comerciais mais conhecidas ou na feira livre das segundas feiras - daqueles que procuravam o vestuário e adornos da última moda para apresentarem-se deslumbrantes nos acontecimentos sociais.

Os anúncios publicitários em periódicos possuíam grande importância, uma vez que constituíam um dos sustentáculos econômicos das publicações, além de mediar o contato do indivíduo com as lojas que acompanhavam as mudanças no que tange a moda e aos modismos. Divulgavam, através da prática do consumo, a urbanidade e as práticas sociais a serem assimiladas para a sociedade moderna em Feira de Santana. A publicidade analisada permitiu inferir que o conceito de moda⁷² não era explorado nos anúncios e que o leitor, orientado pela sedução da compra, foi inspirado a enfrentar e adquirir a novidade em relação ao vestuário e aparência, pois a aquisição desses objetos permitiu o acesso ao “novo mundo”.

⁷¹ SIMMEL, Georg. **La tragédie de la culture et autres essais**. Marselha: Rivages, 1988, p. 91.

⁷² Utilizaremos o conceito proposto pela historiadora Maria do Carmo Rainho que nos diz que a moda “não permanece limitada ao vestuário [...] mas também a cultura das aparências – que envolve as roupas e também os acessórios, as joias, os calçados, os penteados e os cosméticos” e são afetados periodicamente pelo surgimento do novo. Ver: RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda**: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

O exercício da aparência era uma das possibilidades de expressão dos sujeitos e uma das estratégias de poder utilizada pelas classes abastadas da urbe.

Os “brotos” e rapazes inclinados a utilizar as “últimas novidades em figurino”⁷³ poderiam visitar a *Casa Armando*, única da cidade a comercializar os “afamados” ternos da marca Imperial Extra, utilizado somente por homens das classes abastadas, conhecidos pelo apelido de “caixa alta”.⁷⁴

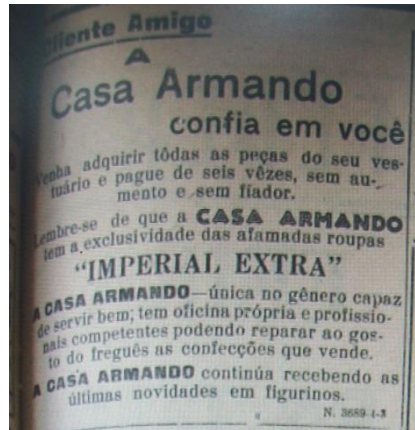


Figura 1 – Propaganda da Casa Armando. Jornal *Folha do Norte* – 04/01/1958.

Caso quisesse um modelito para “abafar” em grandes cerimônias, outra opção seria uma visita a loja *A Elegante*, localizada na conhecida *Rua do Meio*, propriedade do senhor Helvecio Almeida Santos. Especializada em trajes social, esporte e *black tie*, além de adornos pois era “uma casa elegante a serviço da moda masculina.”⁷⁵ Alguns anúncios faziam referência aos proprietários dos estabelecimentos e esses ao final de cada ano, desejavam boas festas aos “clientes e amigos”, uma maneira de cativar e manter a proximidade e fidelidade da freguesia.

Na rua *Sales Barbosa*, considerada uma das mais chiques da cidade, encontrava-se um sortimento de calçados na loja *A Majestosa*, “a casa que calça a Feira elegante”.⁷⁶ O estabelecimento era famoso por vender calçados das marcas *Pellegrine*, *Polar* e *Fox* a uma

⁷³ Jornal *Folha do Norte* – 02.01.1954 – Edição 2321, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁷⁴ FREITAS, José Francisco Brandão de. **Eme Portugal, “o mito social feirense”**. Feira de Santana: Shekinah, 2014, p. 181.

⁷⁵ Jornal *Folha do Norte* – 04.04.1953 – Edição 2282, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

⁷⁶ Jornal *Folha do Norte* – 13.03.1950 – Edição 2123, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

clientela cada vez mais exigente com a qualidade e procedência dos produtos, além da promessa de um preço atrativo.



Figura 2 – Propaganda loja *A Majestosa*.
Jornal *Folha do Norte* - 18/03/1950.

A “distinta freguesia” que estivesse à procura de tecidos finos para a confecção dos modelos copiados dos artistas do cinema, da televisão ou dos moldes retirados das revistas, poderia se deslocar até a *Seda Moderna*, considerada a maior loja de retalhos da região. O proprietário, Alfredo Sarkis, dispunha de um sortimento de linhos estrangeiros, tecidos de algodão, sedas lisas e estampadas e tal mercadoria era vendida a preços “sensacionais”, pois era uma “casa que não teme a concorrência”.⁷⁷

Durante o período analisado, encontramos propagandas que ofertavam os serviços de costura na coluna *O Indicador*, espaço destinado aos anúncios de compra e venda de imóveis, terrenos, fazendas, móveis, além de ofertas de serviços nas áreas de saúde, beleza e aparência.



Figura 3 – Anúncio de serviço de costura. Jornal *Folha do Norte* – 03/01/1953.

⁷⁷ Jornal *Folha do Norte* – 28.03.1959 – Edição 2594, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

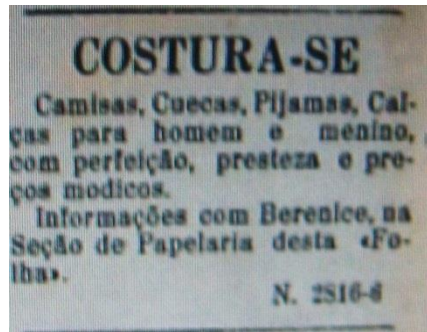


Figura 4 – Anúncio de serviço de costura. Jornal *Folha do Norte* – 03/03/1956.

O memorialista José Brandão de Freitas conta-nos que comumente as senhoras e “senhorinhas”⁷⁸ da cidade encomendavam seus trajes as mais requisitadas costureiras feirenses: Yara Valverde, Tereza Santana, Leonor Lacerda Barreto, Hilda Carneiro, Margot Petrillo e Leizette Barbosa.⁷⁹ Por um longo período, o saber costurar esteve intrinsecamente ligado as características consideradas ideais ao sexo feminino. Geralmente, as avós ensinavam as suas filhas e netas, com o intuito de suprir as necessidades domésticas de vestimenta. Muitas mulheres começaram a fazer dessa uma atividade remunerada, principalmente as de camadas populares. Entretanto, num cenário geralmente dominado por mulheres, a partir da década de 1960 encontramos um homem que influenciou o mercado da moda masculina na cidade: o alfaiate Armando Oliveira considerado “uma brasa mora”⁸⁰, dono da loja de vestuário *Confreitas*.



Figura 5 – Propaganda loja *Confreitas*. Jornal *Folha do Norte* – 01/05/1965.

⁷⁸ Termo utilizado para referir as moças solteiras.

⁷⁹ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 183.

⁸⁰ Jornal *Folha do Norte* – **Sociedade** – por Cid Daltró – 27.08.1966 – Edição 2993, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses –MSC/CENEF.

Continuemos pelos caminhos que levavam a moda na cidade princesa. Na *Praça da Bandeira* localizavam-se outros dois estabelecimentos que comercializavam tecidos. Um deles, a *Loja Estrela*, vendia seus produtos a “preços módicos”⁸¹. Aqueles que desejassem novidades vindas “diretamente do Rio de Janeiro e de São Paulo”⁸² poderiam procurar pela *Casa Sarkis*, “a casa verde da esquina”⁸³ que oferecia “tecidos de algodão, artigos finos, brins de linhos, sedas, organdis suíços, cassas bordadas, tropicais, casemiras e etc.”⁸⁴

Os anúncios encontrados no periódico apontam a existência de estabelecimentos comerciais que atendiam a uma camada restrita da sociedade local que procurava qualidade e diferenciação vestimentar em todos os momentos do dia. Havia outra clientela que utilizava roupas baratas nas tarefas cotidianas. Conforme Sant’Anna, em ocasiões especiais como batizados, casamentos e festas religiosas, o vestir era a possibilidade de “transmutar o corpo vestido num outro a ser exibido.”⁸⁵

Homens “elegantes e endinheirados” poderiam renovar a coleção de chapéus e gravatas na *Loja Dantas*, além de conferir as novas aquisições no setor de perfumaria e miudezas.⁸⁶ Na *Loja São Paulo*, as “senhoras e senhoritas” poderiam adquirir lingerie, sedas estampadas e cetins, e a clientela masculina encontrava um estoque de chapéus panamá, camisas esporte e de brim.⁸⁷ As “mamães” encontrariam um sortido acervo de vestimentas para toda a família na loja *Siga Moda*. Aquelas que gostavam de se apresentar ao “grand mond” feirense trajadas de modo mais refinado, poderiam visitar a *Boutique Cherrie* pois “sua dona, Miriam Lacerda, traz para Feira as novidades do sul do país para a moda feminina”⁸⁸, além da loja *Margot Modas*, *Boutique Duex Soeur*, *Boutique Passarela* e *Dengo Boutique*. Juntas, as proprietárias desses estabelecimentos promoviam desfiles beneficentes e eventos que ocorriam nos clubes sociais e apresentavam os lançamentos das tendências de moda oriundas de São Paulo e do Rio de Janeiro.⁸⁹

⁸¹ Jornal Folha do Norte – 10.02.1956 – Edição 2435, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

⁸² Jornal Folha do Norte – 25.04.1951 – Edição 2181, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

⁸³ Idem.

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder:** novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970. 2005. 696 f. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005, p. 523.

⁸⁶ LIMA, Carlos Alberto Alves. **De luzes e becos:** cartografias, itinerários e imagens do Complexo da Rua do Meio (1940-1960). 2014. 156 f. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Estadual de Feira de Santana, 2014, p. 66.

⁸⁷ LIMA, Carlos Alberto Alves, op. cit. p. 70.

⁸⁸ DALTRO, Cid. **Gente Importante.** 1968. Edição 02. MSC/CENEF

⁸⁹ FREITAS, José Francisco Brandão de. **Reminiscências de Feira de Santana.** Feira de Santana: PrintMídia, 2013, p. 172.

No ano de 1966, atendendo as novas formas de ação pelo qual passava o comércio, a cidade recebeu com uma bela festa de inauguração a loja *Tecidos Feirense*, primeiro estabelecimento com fachada de neon.



Figura 6 – Inauguração da loja *Tecidos Feirense* – 17/02/1966. Arquivo particular.

O evento marcou um novo momento no cenário comercial e de publicidade na cidade, pois demonstrou preocupação com esse consumidor que foi paulatinamente estimulado a procurar e consumir o novo. Fachadas e vitrines arrumadas com esmero eram maneiras de atrair a freguesia além de caracterizar uma sociedade seduzida pela aparência, tanto em forma de negócios quanto em consumo.

As mudanças que ocorriam em Feira de Santana, relacionadas ao desenvolvimento econômico, geraram riqueza aos empreendedores e novos hábitos para as elites, que consumiam, cada vez mais, produtos oriundos do sul do país. O alto poder aquisitivo proporcionou a algumas proprietárias de lojas locomoverem-se para o eixo Rio de Janeiro – São Paulo em busca de novidades e refinamentos em vestuário para consagrarem-se como empreendedoras visionárias, fazendo com que as consumidoras ao adquirirem tais produtos alcançassem a pretendida distinção numa cultura que prezava a aparência.

A integração dos sujeitos nesse espaço citadino remodelado ocorreu para uma parcela da população a partir da aquisição de determinados objetos materiais. Nesse caso, a ação de comprar correspondeu ao ato de atender a necessidade de se adaptar aos “novos tempos”, pois esses expressavam-se através de suas posses.

A face da cidade que se identificava com a difusão da moda era aquela que, beneficiada pela urbanização, permitia aos seus habitantes mais privilegiados momentos de socialização e descontração, como realizar um *footing* na Avenida Senhor dos Passos, onde se

localizavam as suntuosas residências de famílias da “boa sociedade”, além do prédio da prefeitura municipal e da Igreja Senhor dos Passos que chama a atenção por sua arquitetura em estilo neogótico.

Outra artéria urbana importante era a rua *Conselheiro Franco*, na época conhecida como *Rua Direita*, famosa pela vida social e artística movimentada, local propício “para ver e ser visto”. Nela encontrava-se a *Sociedade Filarmônica 25 de Março*, a *Sociedade Filarmônica Vitória*, a *Sociedade Montepio dos Artistas* e a *Sociedade Euterpe Feirense*. As festas que ocorriam no prédio da *Sociedade Euterpe Feirense* eram famosas pelo luxo, animação e elegância dos associados e daqueles que pudessem pagar o valor dos ingressos.



Figura 7 – Convite de festa na *Sociedade Filarmônica Euterpe Feirense*. *Jornal Folha do Norte* – 21/08/1954.

O anúncio divulgado no jornal *Folha do Norte* apresentou o convite aos sócios e seus familiares a participarem de uma noite festiva nas instalações do prédio da *Sociedade Filarmônica Euterpe Feirense*, acompanhada musicalmente pela Orquestra de Danças do Maestro Alvaro Lima. Conforme a publicação havia um código de vestimenta a ser seguido pelos participantes do evento. Esses deveriam utilizar o traje de passeio completo, que, para as mulheres, consiste no uso de vestidos de comprimento midi⁹⁰ ou longuete, confeccionados com tecidos nobres.

⁹⁰ Comprimento de saias e vestidos que fica abaixo do joelho.

Para compor esse visual poderiam utilizar pequenas bolsas, joias clássicas e sapatos ou sandálias de salto alto. A maquiagem e os cabelos deveriam estar bem arrumados. O traje de passeio masculino consistia em ternos ajustados a silhueta e de cores escuras. As meias deveriam combinar com a cor da calça e os sapatos serem de cores escuras. Todos e todas deveriam seguir a risca as regras de etiqueta sugeridas nos anúncios dos eventos veiculados na imprensa local, incentivando a competitividade e extravagância por meio da aparência.

Segundo Freitas, era na rua *Castro Alves* que a “brotolândia” se reunia para animados “assustados” – reuniões improvisadas nas residências ou garagens que aconteciam com o consentimento dos pais. Os jovens ouviam discos de ritmos considerados modernos como o *rock n’ roll*, *twist* e *hully gully*. Aproveitavam para colocar as conversas em dia e manterem-se atualizados com a moda.⁹¹

No último domingo o jovem Paulo Leite reuniu a Brotolândia para um Assustado, na residência de seus pais Sóstenes (Zezé) Leite, assinalando a despedida das férias. Foi muito animado.⁹²

Os assustados geralmente eram organizados por um grupo de ricos rapazes do chamado *Clube dos 7*. Conforme José Francisco Brandão o grupo foi criado no início dos anos 1960 e ajudou a movimentar a cena social da cidade. Os componentes pertenciam a famílias abastadas e eram conhecidos pela elegância das vestimentas e por alguns possuírem carro ou casa própria.⁹³

Como toda cidade que desejasse receber o título de moderna, Feira de Santana contava com estabelecimentos como cafés, confeitarias, bares e boates onde era possível exercer a sociabilidade e a civilidade. As famílias da “boa sociedade” deleitavam-se com os doces e sorvetes da “*Sorveteria e Confeitaria Marabá* – ponto de elegância e distinção da sociedade feirense”⁹⁴ ou na lanchonete *Le Gouther* “que vem honrar o progresso de Feira de Santana”.⁹⁵

Ir ao cinema consistia uma das formas de entretenimento mais apreciada pelos habitantes e no período analisado a cidade contava com cinco casas de espetáculo cinematográfico: *Cine Madri*, *Cine Theatro Íris*, *Cine Santanópolis*, *Cine Central* e *Cine Plaza*. A frequência a alguns desses estabelecimentos consistia um elemento de distinção social devido ao requinte do ambiente e valor do ingresso. Os filmes projetados despertavam

⁹¹ FREITAS, FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., 260.

⁹² Jornal Folha do Norte. **Sociedade** – 25.05.1967 – Edição 3019, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

⁹³ FREITAS, FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 263.

⁹⁴ Jornal Folha do Norte – 25.04.51 – Edição 2181, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

⁹⁵ Jornal Folha do Norte. **Sociedade** – 21.01.1967 – Edição 3014, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

em alguns espectadores o desejo de se comportarem como as atrizes e os atores, procurando imitá-las no modo de vestir, no penteado, no corte e cor de cabelo. Conforme Simmel, a atitude de imitar outrem – seja no vestuário ou aparência - constitui-se num processo de aceitação do imitador pelo grupo social ao qual está inserido, além disso, torna esse livre de críticas por não ser diferente pois se parece como os demais e apenas recebe conteúdos sociais.⁹⁶

O *Cine Santanópolis*, considerado por muitos como o mais bonito da cidade, tinha um grande *hall* de entrada com piso nas cores preto e branco, dois sofás laterais nas cores azul e amarelo, ladeados de colunas espelhadas com vitrines onde eram expostos os cartazes dos filmes em exibição. Na sala de exibição, mais de mil cadeiras acolchoadas completavam o cenário que combinava com as espessas paredes pintadas com motivos egípcios.

Antes de começar o filme, os espectadores acomodavam-se nos assentos ao som de um *long play* de Nat King Cole. Os filmes não só proporcionavam uma nova atividade de lazer como ainda, à medida que conquistavam rapidamente a imaginação popular apresentavam aos espectadores um novo mundo, o dos astros de Hollywood, e de modos de vida e valores culturais norte-americanos.⁹⁷ Para as mulheres era o local de verem e serem vistas.

Levando-se em consideração o grande desenvolvimento social da Princesa do Sertão, a elegância do sexo feminino está deixando a desejar. Ao que parece houve uma parada, um estacionamento, pois a elegância feminina em nossa terra, constitui-se, unicamente, em um vestido bonito. Já somos uma cidade que cresce a passos de gigante. Possuímos um comércio luxuoso, clubes aristocráticos dignos de qualquer Capital, cinemas onde a elegância feminina deve preceder a tudo. Não é justo, portanto, que as senhoras e senhoritas saiam as ruas com vestidos “ligeiros” (principalmente as Dez Mais) desacompanhadas de um complemento indispensável a toda mulher elegante: a bolsa. Não é admissível, dado o nosso grau de civilização, que, pelo menos aos domingos, as senhoras e senhoritas compareçam aos cinemas sem estarem devidamente enluvadas.⁹⁸

Para o colonista, o cinema enquanto espaço cultural era considerado um sinal de civilização, requerendo um comportamento adequado, a começar pelo estilo do traje a ser usado pelos frequentadores do ambiente. Em especial, as senhoras e “senhorinhas” de elite deveriam se distinguir pela elegância, evidenciando o pertencimento a determinado grupo social. A vestimenta feminina distinguia as senhoras “honestas” das “mulheres públicas”⁹⁹, além disso, os modelos dos trajes utilizados pelas mulheres da urbe deveriam ficar em

⁹⁶ SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2014, p. 23-24.

⁹⁷ BESSE, Susan, op. cit., p.24.

⁹⁸ PORTUGAL, Eme. **Fugindo a rotina**. In: Jornal Folha do Norte – 29.03.1958 – Edição 2542, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF

⁹⁹ RAMOS, Cristiana Barbosa de Oliveira, op. cit., 49.

consonância com a moda que geralmente copiada do exterior não observava as características do nosso clima quente e seco.

Conforme Márcia Barreiros Leite estar bem vestida era uma exigência da sociedade que procurava reproduzir no seu cotidiano os valores burgueses. O modo como a jovem se trajava era tão apreciado como o seu jeito de andar, falar ou conversar. Esta preocupação adentrava o terreno das boas maneiras, dos comportamentos e das condutas civilizadas.¹⁰⁰ Ao sair do espaço doméstico partindo para a esfera pública, as mulheres de elite deveriam se diferenciar através do seu distinto comportamento, das suas vestimentas e acessórios, mantendo as diferenças de *status* e apresentando singularidade.

Nicolau Sevcenko nos diz que os indivíduos são reconhecidos “[...] pela maneira como se vestem, pelos objetos simbólicos que exibem, pelo modo e pelo tom com quem falam, pelo seu jeito de comportar”.¹⁰¹ As questões sobre condutas impróprias dentro de cinemas, teatros e outros recintos, eram atribuídas a todos os setores da sociedade, mas, principalmente, aos populares, e estavam constantemente registradas em crônicas e artigos do jornal *Folha do Norte*.

Cine Íris

Hoje em dia o homem tem necessidade de diversões para recrear o espírito das lutas diárias. A gerência do Cine Teatro Íris precisa terminar com certos abusos, que estão transformando aquela casa de diversão em casa de aborrecimentos.

O Íris não obedece horário. Nota-se claramente que procura aguardar os frequentadores para dar começo a projeção. Só circo de roça fica aguardando a lotação.

No recinto do cinema existe um aviso que diz: “É proibido fumar neste recinto”. Aviso para inglês ler!

Não existe seleção, principalmente aos domingos, vendendo ingressos a qualquer pessoa que queira entrar, esteja ou não decentemente trajada com gravata e paletó. Pelo menos aos domingos, o Cine Íris seja de primeira linha.

A geral é horrível, faz algazarra, diz piadas inconvenientes e perturba os espectadores. Há necessidade de um policiador na geral. O Cine Teatro Íris como tudo nesta terra, é despolicado.¹⁰²

O excerto acima apresenta a advertência do cronista dirigida à direção do *Cine Teatro Íris* apontando que parte da sociedade feirense não se enquadrava ao modelo de progresso propagado pelas elites, comportando-se de modo resistente as regras de etiqueta social. O vocabulário grosseiro e o comportamento deselegante eram condenados por aqueles que ditavam as regras de convivência nos espaços de socialização e, por isso, vistos como caso de polícia.

¹⁰⁰ LEITE, Márcia Maria da Silva Barreiros. **Educação, cultura e lazer das mulheres de elite em Salvador, 1890-1930**. 1997. 188 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal da Bahia, 1997, p. 145.

¹⁰¹ SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa**. São Paulo. Companhia das Letras. 2001, p. 64.

¹⁰² Jornal Folha do Norte – **Coisas da cidade** - 06.01.1950 – Edição 2153, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

O atraso no início da exibição fílmica, além de desrespeitoso para com o público, demonstrava a existência dos considerados sinais de conflito entre o velho e o novo, além da ligação com um pretérito rural, pois “só circo de roça fica aguardando a lotação.”¹⁰³

A vigilância ao vestuário e aparência masculinos também se fazia presente já que, de acordo com o ideal almejado pela elite e por parte da imprensa, esses deveriam se afastar da imagem rústica do vaqueiro e apropriarem-se de uma identidade elegante e refinada condizente com o modelo de cidade progressista.

O hábito de ir a missa, considerado parte da tradição das famílias feirenses, consistia em importante atitude social, pois indicava a devoção católica da urbe e, também, a possibilidade de exibir-se publicamente. Entretanto, algumas feirenses valorizavam algumas questões referentes à moda incitando a seguinte crítica da Igreja Católica:

Severa advertência da Igreja sobre o despudor das vestes
 [...] com o auxílio dos membros da Ação Católica, marianos e filhas de Maria, sejam avisadas delicadamente à porta dos templos, meninas, moças e senhoras que se dirigirem à Igreja para os atos do culto, ou mesmo fora destes, da proibição de entrarem daquele modo, ou com aqueles trajes proibidos nos templos sagrados.
 [...] São trajes inconvenientes (para a Igreja) no traje das meninas, moças e senhoras:
 1° a falta de véu e de meias;
 2° as de fazendas transparentes;
 3° as demasiadamente curtas, que não desçam um decímetro, do menos, abaixo do joelho;
 4° as de decotes profundos;
 5° as demasiadamente ajustadas ao corpo;
 6° sem mangas, ou com mangas que não desçam alguns centímetros abaixo do cotovelo.
 [...] Con. ALCEBIADES ANDRADE – Secretário do Arcebispado.

Desde o período colonial, a Igreja Católica controlava a aparência feminina. Conforme Mary Del Priore, a beleza da mulher era associada ao pecado, inspirando a preocupação dos pregadores. O uso demasiado de adornos, maquiagem e de alguns tipos de vestimentas era combatido, pois, alterar a “obra do Criador” conferia duras penas a quem cometesse tal ato.¹⁰⁴ Desse modo, era necessário vigiar o comportamento feminino para evitar a tentações mundanas e atos pecaminosos.

Na advertência o cônego atacou com veemência a propagação da moda nas mulheres da cidade, com críticas aos modelos vestimentares e de comportamento. Desse modo, de acordo com o Arcebispado, as mulheres deveriam se atentar as vestes utilizadas para frequentarem a Igreja, observando a existência de vestimentas adequadas para o culto,

¹⁰³ Jornal Folha do Norte – **Coisas da cidade** - 06.01.1950 – Edição 2153, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁰⁴ DEL PRIORE, Mary. **Histórias e Conversas de Mulher**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2013, p. 147-148.

evitando os exibicionismos. Nesse momento, os templos católicos também estavam inseridos no circuito de ostentação da imagem pública das classes abastadas, motivando a advertência sacerdotal.

O texto escrito pelo secretário também possibilita pensarmos as relações de gênero na sociedade feirense. Conforme análise, percebemos que, para alguns residentes da cidade de Feira de Santana durante o período analisado, a mulher é considerada como provocadora dos homens e de um possível desarranjo na cerimônia por utilizar um vestuário chamativo e sensual. Assim como a imprensa e o Estado, a Igreja Católica comportava-se como normatizadora e vigilante dos papéis sociais de homens e mulheres diante do progresso citadino. A relação entre esses marcava-se pela conduta, exposição pública e adequação ou não a moda vigente. Os cuidados com a aparência não deveriam exceder os valores morais da Igreja, pois mesmo uma senhora ou “senhorinha” da elite poderia ser alvo de comentários maliciosos.

Moças, mocinhas, sejam francas, esportivas, desenvoltas, não acanhadas, mas lembrem-se de que corar de quando em quando não faz mal, lembrem-se de que nada perderão se retirando da discussão quando o assunto trazer a baila “certas coisas”... e sejam bastante inteligentes para saber quais são essas “certas coisas”.¹⁰⁵

O texto da colunista Zoíla Ribeiro revela os padrões morais desejados para as mulheres da cidade de Feira de Santana. Nele encontramos algumas das características desejáveis para ser e parecer direita em um tempo de mudanças de atitudes e de sociabilidades. Segundo Rosa o caráter relacional à categoria gênero procura destacar que os perfis de comportamento feminino e masculino definem-se um em função do outro. Esses perfis se constituem social, cultural e historicamente num tempo, espaço e cultura determinados. Por conseguinte, o “ser mulher” não é apenas um dado biológico ou sexual, mas construído no embate cotidiano na sociedade.¹⁰⁶

É melhor dizer logo “Camaradagem” é a palavra que suscita um grande eco de simpatia, mas é também uma palavra que pode se tornar perigosa, por exemplo, se entrar no cérebro de uma mulher e ali criar raízes. [...] O modo de falar dela se torna desabusado e sem pudor, os temas de conversa com o companheiro ou com os companheiros não tem para ela nenhum limite. Ela fala de tudo de modo muito franco, atreve-se a tudo a fim de que o rapaz ou rapazes que estão com ela não sintam nenhuma diferença comparando-se com ela. Pensa que os agrada, que está sendo moderna, que personifica a mulher da nossa época, quando consegue deixar os homens em condições de falar com ela como se diante deles não houvesse mulheres.¹⁰⁷

¹⁰⁵ RIBEIRO, Zoíla. **Arma de dois gumes**. Jornal Folha do Norte - 27.12.1958 – Edição 2581, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁰⁶ ROSA, Rita de Cássia Vianna. **As mulheres de “Paraiburgo”**: representações de gênero em jornais de Juiz de Fora/MG (1964-1975). 2009. 247 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, Niterói. 2009, p. 74.

¹⁰⁷ RIBEIRO, Zoíla, op. cit., p. 06.

A imagem construída para a mulher, segundo a autora, destacava a fragilidade e facilidade de corromper-se com os novos hábitos. Comportar-se de maneira considerada moderna e abusando dos exageros não era uma atitude bem vista pela sociedade. Em nome da família, fiscalizavam-se padrões de comportamento e condenavam-se os desvios das normas.

Outro espaço de socialização eram os clubes que também exerciam grande influência no meio social, pois eram símbolos que reforçavam o *status* social construído pela elite. Esses clubes foram criados por grupos específicos que se afirmavam economicamente e tentavam ganhar maior visibilidade social. Além de distinguir os grupos, os clubes proporcionavam lazer específico a essa classe. Nas décadas de 1950 e 1960, Feira de Santana contava com o *Feira Tênis Clube*, o *Clube Euterpe Feirense*, o *Clube dos Comerciantes*, o *Clube dos Sub-Sargentos e Tenentes*, o *Clube de Campo Cajueiro*, o *Clube Ali Babá*, o *BNB Clube* e o *Clube do Guabi*. A efervescência desses locais foi tamanha que motivou a criação da seção *Ronda nos Clubes* no jornal *Folha do Norte*, onde o colunista que utilizava o pseudônimo de Marrom retratava com detalhes os eventos que ocorriam num clima de grande alegria e descontração.

Eram locais destinados as famílias e, somente associados participavam dos eventos, excetuando-se aqueles onde havia a cobrança de ingressos aos convidados. Se as ruas, igrejas e cinemas eram abertos a todos, determinados clubes restringiam-se ao *grand mond feirense*, tornando sua frequência uma característica de distinção social e espaços de convivência interna das classes abastadas.

O Feira Tênis Clube tem oferecido boates das mais concorridas, reafirmando o meu prognóstico de que à diretoria atual daria um impulso gigante no clube “refiné” da cidade.¹⁰⁸

Fundado em 1944, o *Feira Tênis Clube*, local frequentado por comerciantes em ascensão e outros profissionais liberais, foi palco de inúmeros eventos da sociedade feirense, sendo um dos principais lugares de sociabilidade de Feira de Santana.¹⁰⁹ Localizado na rua *Visconde do Rio Branco*, o “Aristocrático” foi passarela de modas e modismos, local propício para ostentação da riqueza material e dos bons modos requeridos a todo participante do *high society*. No local ocorriam festas temáticas, bailes de Micareta, boates, festas de debutantes além de concursos de beleza – eventos que movimentavam a vida social e várias páginas da imprensa feirense.

¹⁰⁸ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 09.02.1967 – Edição 2482, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁰⁹ ALMEIDA, Oscar Damião de. **Dicionário personativo, histórico e geográfico da Feira de Santana**. Feira de Santana: Santa Rita, 2000, p. 123.

A partir de 1964 a “boa sociedade” passou a frequentar o *Clube de Campo Cajueiro*, projetado pelo arquiteto Amélio Amorim - considerado um dos mais importantes intelectuais da cidade princesa. O clube contava com uma arquitetura moderna e confortável, além de uma ampla piscina e de grande estacionamento. Aos poucos os associados do *Feira Tênis Clube* passaram a frequentar o novo clube.

Vermelho, azul, branco, amarelo, rosa, roxo, lilás, gente, whisky, cores, música, apito, confetes, serpentinas, formaram uma confusão total na nossa imaginação. Nesta altura não podemos prever o que será o ano de 1968. As primeiras horas foram de cores diferentes, contatos com pessoas diversas. [...] Lá estávamos, no Clube de Campo Cajueiro, esperançosamente, para receber 1968. A beleza do teto do Clube, que é sem dúvida, o mais belo do Norte e Nordeste do Brasil. [...] Não sabemos se já nos sentimos tão alegres em um “Reveillon” tão grande, que para nós foi uma das melhores festas e o melhor “Reveillon” que já assistimos.¹¹⁰

As inesquecíveis festas de *réveillon*, o baile de Micareta que era uma “réplica do Baile do Theatro Municipal do Rio de Janeiro”¹¹¹ com seus concursos e desfiles de fantasias premiadas nos bailes da “Cidade Maravilhosa”, além de shows de grandes atrações como o do cantor Roberto Carlos. O *Clube de Campo Cajueiro* proporcionou momentos de badalação aos seus associados, serviu de arena a elite feirense que disputou cada palmo desses espaços de socialização para demarcar lugares e apresentar os signos que os diferenciaram dos demais, alcançando visibilidade nas colunas sociais, tão populares na cidade nas décadas analisadas.

As festas, os cinemas, o aumento no número de clubes, o incentivo aos espetáculos teatrais mudaram a rotina da cidade que teve seu cotidiano “pacato e silencioso” engolfado pelo vai e vem de um grupo que procurava freneticamente por atos de exibição cotidianos. Nesse contexto, uma demasiada preocupação sobre cuidados com a aparência incorporou-se às preocupações cotidianas de parte da sociedade.

Dispondo de uma variedade de locais para exibição pública, homens e mulheres demarcaram seus lugares sociais utilizando símbolos materiais de distinção. As exigências da vida moderna obrigavam aos membros do *grand mond*¹¹² o polimento dos costumes, o refinamento dos gostos e a adequação do vestuário como característica de distinção social. Desse modo, esses se diferenciavam dos menos abastados.

De acordo com Pierre Bourdieu, o conceito de distinção caracteriza-se pelo ato de marcar distância do outro ou de um grupo e esta é manifestada a partir das “propriedades – no duplo sentido do termo, de que se cercam os indivíduos ou grupos – casas, móveis, quadros,

¹¹⁰ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 06.01.1968 – Edição 3064, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹¹¹ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit. p., 49.

¹¹² Termo utilizado nas colunas sociais para caracterizar a elite feirense formada por comerciantes, intelectuais e profissionais liberais que organizavam e participavam dos grandes eventos citadinos.

livros, automóveis, álcoois, cigarros, perfumes, roupas – e nas práticas [...] – esportes, jogos, distrações culturais”.¹¹³

Conforme o sociólogo, dentro das classes sociais os indivíduos competem por distinção social e capital cultural segundo os valores, normas e princípios que cada classe possui. Atitudes que pressupõem o conhecimento, apreciação, avaliação e julgamento cultural são adquiridas no ambiente familiar e na escola. Nas sociedades divididas em classes sociais a cultura dominante é, comumente, a da classe alta que estabelece os valores morais e sociais das preferências de cada indivíduo.¹¹⁴

Tamanha exposição pública nos novos locais de socialização provocara a vigilância dos normatizadores sociais, que utilizavam a mídia para difundir gostos e maneiras. Na moderna Feira de Santana, os gestos e atitudes dos indivíduos deviam ser comedidos. Esse foi um modelo ideal criado pela elite local e pretendido para os habitantes da urbe feirense, porém nem todos alcançavam, seja como forma de resistência a imposição do mesmo ou pela impossibilidade financeira de gerir um novo estilo de vida.

¹¹³ BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato. (org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983, p.82.

¹¹⁴ BOURDIEU, Pierre, op. cit.

CAPÍTULO 2 – MENSAGEIROS DO PROGRESSO CIDADINO

Como dito anteriormente, a partir de 1950, Feira de Santana finalmente conquistara o título de cidade moderna. O êxtase e preocupação em relação às mudanças citadinas foi amplamente divulgado na imprensa local. Uma das maneiras de identificar o impacto desse acontecimento se deu a partir da leitura e pesquisa de periódicos que, por serem ferramentas de comunicação que reuniam e difundiam modelos de comportamento e ideologias, formando o imaginário, os anseios e desejos de um público leitor específico.

Conforme Rollie Poppino muitos dos jornais criados em Feira de Santana no século XIX até os anos 1960, tiveram pouca duração. Segundo o brasilianista, não houve um esforço para a criação de uma hemeroteca e possível arquivamento desses periódicos, impossibilitando um cálculo exato dessa quantidade.¹¹⁵ A partir da inauguração da Biblioteca Municipal em 1953, percebemos a preocupação na preparação de um acervo em prol da imprensa local.

Por seu protagonismo diante do cenário jornalístico feirense, sendo o jornal mais lido do interior baiano na década de 1950¹¹⁶, a *Folha do Norte* apresenta-se como fonte importante para o conhecimento dos hábitos urbanos, além do pioneirismo local na veiculação de uma coluna sobre moda e do colunismo social, caracterizando assim, algumas das consequências do progresso para a “Princesa do Sertão”.

A *Folha do Norte* é um semanário de combate em prol de idéias políticas, econômicas e sociais, sendo ao mesmo tempo noticioso e comercial, de feição moderna e destinada a servir a coisa pública. A *Folha do Norte* é pois um órgão da Imprensa Bahiana, com idéias declaradas, comprometendo-se a defendê-las e combater por elas.¹¹⁷

Mais antigo periódico em circulação na cidade de Feira de Santana, o jornal a *Folha do Norte* foi fundado em setembro de 1909 pelo coronel Tito Ruy Bacelar, e seus irmãos João Vidal e Arnold Silva¹¹⁸, criado para servir de escudo político “[...] em prol do progresso intelectual desta grande zona sertaneja”.¹¹⁹ Esse período seria marcado pela campanha civilista, em que Rui Barbosa defrontava-se com Hermes da Fonseca pela presidência. A imprensa dividiu-se entre os dois candidatos e na sua primeira edição o jornal filiou-se à

¹¹⁵ POPPINO, Rollie, op. cit., p. 220.

¹¹⁶ Idem.

¹¹⁷ Jornal *Folha do Norte* – 17.01.1909 – Edição 02, p.01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹¹⁸ OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos, op. cit., p. 31.

¹¹⁹ Jornal *Folha do Norte* – **Folha do Norte é 100** - 20.11.2009 – Edição especial de 100 anos, p. 01.

corrente que apoiou Hermes da Fonseca para presidente e Wenceslau Braz para a vice-presidência, lançando-se no combate ao situacionismo local.¹²⁰

Na madrugada do dia 3 de maio de 1911 a tipografia do jornal foi acometida por um incêndio de grandes proporções, que destruiu suas instalações, interrompendo a circulação do periódico por três meses. A reabertura festiva ocorreu em 10 de agosto de 1911, realizada com grande euforia em meio a um foguetório e distribuição gratuita de centenas de exemplares da *Folha do Norte*.¹²¹

A escolha de um periódico como fonte de estudo, segundo Capelato e Prado¹²² justifica-se por entender a imprensa como instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social, negando-se as perspectivas que a tomam como mero veículo de informações, transmissor imparcial e neutro dos acontecimentos, isolado da realidade político-social na qual se insere.



Figura 8 – Capa do jornal Folha do Norte – 15/01/1955.

¹²⁰ Jornal Folha do Norte – **Folha do Norte é 100** - 20.11.2009 – Edição especial de 100 anos, p. 02.

¹²¹ Idem.

¹²² CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Ligia. **O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de São Paulo**. São Paulo: Alfa-Omega, 1980, p. 05.

As edições do jornal circulavam as segundas-feiras, dia que ocorria a feira livre e a feira de gado¹²³, possibilitando um maior consumo e repercussão das notícias veiculadas. Conforme a imagem acima, os impressos das décadas de 1950 e 1960 se apresentavam com quatro ou seis páginas em formato berliner.¹²⁴ Os textos de responsabilidade do periódico eram compostos em corpo 10 sobre entrelinha 11, sendo que os elementos gráficos eram dispostos por todos os espaços. O papel empregado na imprensa brasileira desse período é em grande parte de origem estrangeira, pois a fabricação nacional não atendia às necessidades das empresas de impressos.¹²⁵

A impressão da *Folha do Norte* ocorria em oficinas próprias, a princípio pelo sistema tipográfico¹²⁶ com a utilização de tipos para a composição, clichês¹²⁷ e xilogravuras.¹²⁸ Foi pioneiro ao inaugurar em 5 de maio de 1976 sua primeira publicação em off set, processo de impressão considerado moderno por reproduzir as ilustrações e a composição numa chapa. Trata-se de um periódico de linha editorial conservadora, que fabricava apenas a notícia local e valia-se da publicidade oficial.

Em cada exemplar havia uma ampla variedade de informações: notícias locais, portarias policiais, artigos médicos e jurídicos, notas esportivas e fúnebres, conselhos de saúde e beleza, literatura, propagandas oficiais, além de colunas religiosas e sociais. O noticiário nacional e internacional era reproduzido de jornais da Bahia, do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e de agências de notícias como a *Globe Press*, *Nossa Press*, *Press Continental*, USIS, SIJ, Agência Planalto, BNS, MPIB e NA.¹²⁹ O precário sistema nacional de comunicações comprometia a veiculação de notícias, pois o volume de informações transmitidas ao público era modesto em relação aos fatos realmente ocorridos.

O sistema de transmissão de notícias das principais agências estrangeiras permitia uma ampla cobertura diária de todo o mundo, completando o universo de textos publicados pela imprensa brasileira.¹³⁰ A utilização de notícias de agências nacionais e internacionais permitia saber o que acontecia fora do estado e do país, como também criar comportamentos e legitimá-los, por conseguinte, quando determinado jornal publicava notícias de outros lugares,

¹²³ SANTOS, Grazyelle Reis dos, op. cit., p. 39.

¹²⁴ Formato de jornal com páginas que normalmente medem 315x470 milímetros, ligeiramente maior que o formato tabloide.

¹²⁵ BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**: história da imprensa brasileira, 1990.

¹²⁶ Processo de impressão em que as letras, sinais e símbolos fundidos em liga de chumbo entram em contato direto com o papel.

¹²⁷ Reprodução de desenhos, fotografia ou texto para a impressão.

¹²⁸ Antigo processo de gravação manual destinada à impressão, pelo qual o desenho é feito sobre uma placa de madeira, a mão pelo gravador.

¹²⁹ SANTOS, Grazyelle Reis dos, op. cit., p. 37.

¹³⁰ BAHIA, Juarez, op. cit., p. 99.

era um indício de que a considerava importante. Essa era uma maneira de enfatizar, seja pela crítica ou pela afirmação o que achavam ser correto e que deveria ser disseminado.

Em 1950, de um total de 107.205 habitantes do município de Feira de Santana, apenas 26.634 eram alfabetizados, ou seja, quase 25% da população.¹³¹ Entretanto, essa situação não impedia a circulação das ideias defendidas pelo hebdomadário. Para Roger Chartier “a escrita está presente mesmo na cultura analfabeta, em rituais festivos, nos espaços públicos, nos locais de trabalho.”¹³² Devido ao fator da oralidade muitas notícias e opiniões eram compartilhadas nas conversas informais por aqueles que leram com outros que não leram, em diversos espaços públicos e privados, evidenciando o seu papel de lançar e sustentar ideias, inserindo-as como tema de debate em diferentes esferas da sociedade. No ano posterior, verifica-se uma pequena mudança, já que de um total de 141.757 habitantes na cidade, 54.734 sabiam ler e escrever¹³³, revelando um progressivo aumento dos alfabetizados e possível horizonte de leitores da *Folha do Norte*.

A maioria das edições analisadas não possuía manchete e, geralmente, não havia uso de verbos nos títulos das matérias. As reportagens eram do tipo clímax e remate incisivo: quando o repórter atribui ao primeiro parágrafo o ângulo mais atual e dramático do texto, seguindo a cronologia e rematando-a de forma a não perder a atenção do leitor.¹³⁴

Instrumento de divulgação de atividades, discursos e atos do poder legislativo e executivo do município, o semanário apresentava, na elaboração das matérias, vínculos com os interesses dos grupos econômicos e instituições políticas que apoiava. Publicava as Atas das Sessões Ordinárias e Extraordinárias da Câmara Municipal de Feira de Santana, os decretos, portarias e leis sancionadas pelo governo local, além de mensagens apresentadas à Câmara Municipal pelos prefeitos, quando se encerrava um mandato ou um ano administrativo.

Conforme Santos¹³⁵, o jornal *Folha do Norte* criou estratégias para ampliar seu público potencial e, com isso, lucrar mais, já que é mercadoria e não pode ser entendida fora de uma lógica comercial. Logo na primeira página era comum a existência de um apelo visual

¹³¹ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 1950**. Rio de Janeiro, 1955. 121 p. (Série regional, v.23, t.1). VI Recenseamento Geral do Brasil.

¹³² CHARTIER, Roger. Entrevista. **ACERVO**: Revista do Arquivo Nacional. V. 8, n. 1-2 (jan./dez. 1995). Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1995, p. 03-11. Disponível em <http://www.portalan.arquivonacional.gov.br/media/v8_n1_2_jan_dez_1996.pdf> Acesso em: 14 out. 2010.

¹³³ CENSO DEMOGRÁFICO DE 1960: Bahia. **VII Recenseamento Geral do Brasil**: série regional. Rio de Janeiro: IBGE, v.1, n.8, 1960. 137 p.

¹³⁴ BAHIA, Juarez, op. cit., p. 155.

¹³⁵ SANTOS, Grazyelle Reis dos, op. cit., p.38.

para seduzir o leitor e incitar sua compra. “Leia e assine a *Folha do Norte*”¹³⁶ aconselha o anúncio estampado no semanário. Os classificados estavam distribuídos de maneira racional e subordinados a títulos: automóveis, pequenos anúncios, anúncios populares, empregos diversos, imóveis, além dos indicadores profissionais de advogados, médicos, engenheiros, professores e cirurgiões dentistas.

As seções e variedade recebiam destaque nas páginas do periódico. Reuniam assuntos que interessavam a determinados grupos de leitores, uma espécie de pequeno mercado de leitura. As variedades ou jornalismo diversional¹³⁷ constituem as seções *Folha Social* destinada à literatura feirense; *Rádio*; *Cinema*; *Humorismo*, além das intituladas *Notas médicas e científicas*, *À vol d’oiseau*, *Disco Voador*, *Fatos da Semana*, *Panorama e Coluna Quente* que apresentavam os problemas da cidade e serviam a vida cotidiana do leitor.

Geralmente na segunda e terceira página se encontravam as seções de assuntos para o público feminino. Ao longo da década de 1950 existiram as seções *Como cuidar do bebê*, *Conselhos de beleza*, *Especial para a mulher*, *No mundo da moda* e *Conselhos para o lar*, textos que ajudavam a compor as imagens de uma mulher que se quer ideal na moderna Feira de Santana dos anos dourados.

Buittoni ressalta que estas seções se enquadram nas categorias de jornalismo informativo e interpretativo, por concentrarem informações geralmente curtas e sem apreciações e conterem opinião de especialistas, antecedentes e consequências.¹³⁸

¹³⁶ Jornal *Folha do Norte* – 14.02.1953 – Edição 2275, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹³⁷ Categoria jornalística que narra os acontecimentos atribuindo uma aparência romanesca aos fatos e personagens apresentados. VER MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 22.

¹³⁸ BUITONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009, p. 22.

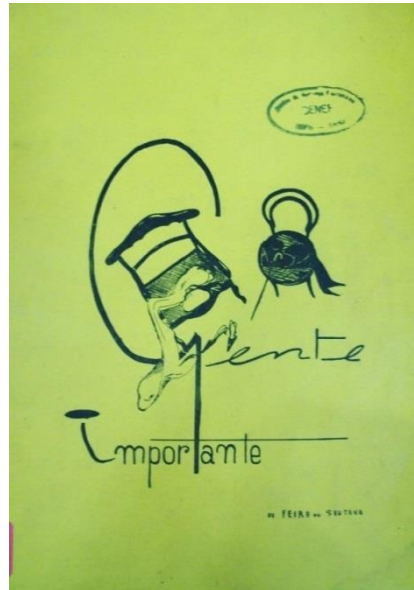


Figura 9 – Capa da revista *Gente Importante* – 1966.

No ano de 1966 a cidade recebeu o primeiro exemplar da revista *Gente Importante*. A imagem nove apresenta a capa da publicação que se enquadra no chamado jornalismo de perfil, pois permite ao leitor uma conexão mais próxima dos personagens apresentados. De acordo com Elman, a reportagem de perfil consiste na “matéria que procura apresentar a imagem de alguém, a partir do depoimento do próprio ou de pessoas ligadas a ele, como amigos, familiares, superiores ou subordinados.”¹³⁹

Apresentamos ineditamente à nossa querida sociedade, este trabalho que custou horas, dias e noites de incessante labuta. Já de muito necessitávamos de uma revista deste gênero, que viesse demonstrar, com um idealismo puro e sem pretensões demagógicas, o grau de progresso de um povo bom e de uma terra que cresce continuamente. Esta revista, que reúne gente da mais fina camada social de Feira, é uma homenagem deste colunista, em reconhecimento a esta sociedade.¹⁴⁰

O idealizador, o colunista social Cid Daltro, apresentou a sociedade uma publicação de *design* moderno – para o período - que atendia aos “sintomas de evolução”¹⁴¹ social e exibiu o “desenvolvimento societário feirense”.¹⁴² A revista dispunha de fotografias acompanhadas de textos que relatavam o êxito profissional e pessoal das “grandes personalidades” da cidade. A diagramação era determinada pela disposição das imagens que deveriam produzir algum sentimento e significado para o público leitor.

¹³⁹ ELMAN, Débora. **Jornalismo e estilo de vida**: o discurso da revista Vogue. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008, p. 18.

¹⁴⁰ DALTRO, Cid. **Gente Importante**. 1966 - Edição 01, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁴¹ DALTRO, Cid. **Gente Importante**. 1967 – Edição 02, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁴² Idem.

Contratados pelo colunista social, quatro fotógrafos – Cordeiro, Smera, Elydio e Vieira - produziram as imagens que ilustraram as publicações. Essas fotografias retrataram jovens, mulheres e homens no local de trabalho ou no ambiente doméstico. Tanto as imagens quanto os textos dispostos nos exemplares apontaram e ratificaram as características consideradas ideais àqueles que aspiravam ao sucesso. As imagens que ilustram a obra assumiram a finalidade de apresentar o padrão requerido aos homens, mulheres e jovens feirenses, pois, segundo Kossoy, as fotografias estão impregnadas dos objetivos e motivos daqueles que intencionaram a sua existência, seja do fotógrafo e de quem o incumbiu a tal tarefa.¹⁴³

Nos dois exemplares analisados, dos anos de 1966 e 1967, foram divulgados na totalidade os perfis de vinte e seis homens e vinte e três mulheres, indivíduos considerados a “expressão máxima do empreendimento, elegância, classe, beleza, cultura, charme e bom gosto [...]”¹⁴⁴ feirense. Os textos apontavam as qualidades pessoais, profissionais e materiais que faziam desses personagens merecedores de tal aparição e homenagem e, através desses sinais distintivos, eles se afastavam dos outros grupos sociais que possuíam menor poder financeiro e poder cultural.

Os meios de comunicação são importantes meios de conhecimento, pois agem como ferramentas de representação social, ou seja, através da análise de determinado jornal ou revista de qualquer época podemos ter uma ideia de como se comportou uma sociedade naquele período. Neles estão presentes seus costumes, sua ideologia, seus hábitos e forma de vida. Portanto permitem conhecer quais estereótipos, modas, modelos, modismos, estrangeirismos e nacionalismos difundidos pela imprensa local, que servem de influência para a reprodução de modelos de conduta considerados ideais naquele grupo social.

2.1 - “ACONTECENDO” NO MUNDO SOCIAL

O movimento de qualquer cidade ou mesmo de qualquer povo sempre foi o reflexo de suas atividades no campo do desenvolvimento coletivo, quer seja do setor econômico, político, cultural, etc. As sociedades florescem quando o povo consegue atingir um nível elevado de progresso em todos os sentidos. Só então é que os empreendimentos, as realizações no campo social adquirem uma significação verdadeiramente notável e digna de ser registrada como índice de verdadeira civilização. Assim foi sempre e continuará sendo Feira de Santana que é, sem

¹⁴³ KOSOY, Boris. **Fotografia e História**. 2 ed. rev. – São Paulo: Ateliê Editorial, 2001, p.

¹⁴⁴ DALTRO, Cid. **Gente Importante**. 1967 – Edição 02, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

dúvida, a mais importante cidade da Bahia, depois da capital, vem, se projetando cada vez mais surpreendentemente nesse delírio de crescimento.¹⁴⁵

Os novos locais de divertimentos e os espaços de consumo constituíam o cenário de uma nova trama social na qual a aparência tornou-se destaque. Parte da sociedade acompanhou o processo de modernização e urbanização da cidade modificando seus hábitos e refinando o comportamento nos atos de exibição públicos. Desse modo, a partir dos anos 1950, o jogo social tomou fôlego na urbe feirense como importante campo de representações no qual as relações de gênero também foram construídas. Homens, mulheres, suas sociabilidades e suas familiaridades eram publicizados em textos, demonstrando que aparecer nas colunas sociais tornou-se uma nova forma de distinção social através do poder econômico.

O fazer historiográfico nos permite perceber as rupturas e continuidades existentes nos campos econômico, social e cultural. O colunista social Ailton Pitombo, contou-nos que “para ter o nome citado numa coluna, o indivíduo deveria possuir alguma importância para a sociedade no qual estava inserido atrelado da posse de riqueza material além de um sobrenome influente”.¹⁴⁶ O depoimento do colunista nos permite inferir que a aparição de um indivíduo no colunismo social feirense, está relacionada a classe social que esse pertence, sendo que participantes das classes populares não são bem vistos nesse tipo de publicação.

Apesar da existência de uma grande quantidade de colunas sociais nos meios impressos e virtuais, Pitombo revelou desgosto ao apontar o desprestígio conferido atualmente ao colunismo social na cidade de Feira de Santana, obrigando alguns jornalistas a publicizarem determinados eventos e pessoas apenas com o intuito de conseguir alguma espécie de patrocínio, algo que, para o entrevistado, denota desvalorização e perda do glamour de outrora.¹⁴⁷

Segundo Tarciane Galdino, a análise do colunismo social permite perceber a reconfiguração discursiva do cotidiano das elites através dos diferentes modos de interação e de socialidade. Além do que “é uma espécie de ambição narcísica dos que circulam na sociedade, prestando-se a manutenção dos modelos ideais de vida e cultura de massa baseados

¹⁴⁵ PORTUGAL, Eme. **Sociedade**. Jornal Vanguarda – 18.02.1962 – Edição, p.. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

¹⁴⁶ Entrevista concedida por PITOMBO, Ailton. Realizada em junho de 2015.

¹⁴⁷ Começou no colunismo social em 1995 escrevendo no jornal *A voz da Bahia*. Posteriormente continuou a retratar a sociedade feirense nos periódicos *Jornal da Cidade*, *Jornal Imprensa Livre*, revista *Destaque* e *Jornal da Hora*. Atualmente assina uma coluna no jornal *Noite e Dia*, além publicar seus escritos num site e blog pessoal.

no sucesso e no espetáculo.”¹⁴⁸ Posto isso, é um jornalismo que incentiva a vaidade, o consumo e a reprodução de comportamentos.

Na década de 1950, as colunas sociais ocuparam um papel de destaque no Brasil. Conforme Iluska Coutinho, tais colunas despertam fascínio de indivíduos de todas as classes sociais e a inserção de seu nome ou de suas histórias nas páginas desse veículo de comunicação impressa funciona como uma promessa cumprida de reconhecimento público, visibilidade e destaque entre os leitores.¹⁴⁹ A autora atenta que, através dos jornais impressos, de suas matérias e colunas, muitas pessoas passaram a ser (re) conhecidas e estabelecerem seus contatos e relações. Estar na mídia teria uma significação mais ampla no âmbito dos relacionamentos cotidianos, seria uma espécie de sinônimo de “acontecer na sociedade”, de fato e de direito.¹⁵⁰

Os participantes do *high society* seriam alvo e público privilegiado do colunismo social¹⁵¹, em busca de reconhecimento tinham pequenas notas ou fotos publicadas, eram categorizados e informados sobre os demais componentes do grupo social. Entretanto, para alguns leitores localizados nas camadas C e D, o mundo dourado das colunas tinha um sentido norteador e alimentador dos sonhos e expectativas de consumo. No Brasil, as colunas sociais, ou *gossip columns* como definem alguns, teriam surgido na pérgula do *Copacabana Palace*, caracterizando um vigoroso jornalismo voltado aos fatos e personagens da alta sociedade.¹⁵²

Em 30 de julho de 1955 surgia no jornal *Folha do Norte* a coluna social intitulada *Sociedade*, sendo o periódico o pioneiro no interior da Bahia a tratar de colunismo social.

Em todo o Brasil criticam-se as colunas sociais, principalmente no Distrito Federal. A sociedade moderna porém, não pode prescindir do convívio social. Ninguém é bicho do mato. E para nós é um prazer noticiar o aniversário de um amigo, almoço íntimo, a elegância, a brejeirice primaveril, o charme. Quem não gostar disso que se meta na toca e aprenda pelo menos, a respeitar, nos outros, o direito de dizerem o que bem quiser.¹⁵³

O autor da coluna, Hélio Dórea, defendia de maneira ferrenha o novo gênero jornalístico, demonstrando insatisfação com aqueles que se mostravam contrários as novidades e com o fascínio exercido pelos assuntos da alta sociedade. Tais textos transitavam

¹⁴⁸ GALDINO, Tarciane Mesquita. **Espaço público e socialidades impressas:** o estilo cotidiano nas colunas sociais. 135 f. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal da Paraíba, 2013, p. 40-63.

¹⁴⁹ COUTINHO, Iluska. **Colunismo e poder:** representação nas páginas de Jornal. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 01, p. 1-87, 2008. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/coutinho-iluska-colunismo-poder.pdf>>, p. 13. Acesso em: 03 jul. 2015.

¹⁵⁰ Ibidem, p. 17.

¹⁵¹ O colunismo social consiste em reunir informações sobre personalidades famosas na sociedade de uma cidade, região ou país.

¹⁵² COUTINHO, Iluska, op. cit., p. 20-21.

¹⁵³ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 07.01.1956 – Edição 2426, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

entre o espaço público e privado, evidenciando a vida e o comportamento dos atores sociais, permitindo ler o cotidiano através das efervescências festivas, fragmentações e conflitos dos grupos sociais de destaque.

Por motivo de viagem o referido colunista se afastou das atividades do jornal e indicou a jovem Ana Maria de Oliveira que assinou as colunas com o pseudônimo francês Monique.¹⁵⁴ A esse respeito, Kelly Cristina Nascimento nos diz que o conteúdo dos textos em periódicos sofria a desaprovação de homens e mulheres, por isso era constante nos séculos XIX e XX, o uso do anonimato ou de pseudônimos em artigos publicados. Poucas mulheres assinavam seus textos e se expunham à opinião pública.¹⁵⁵

Os textos apresentados na coluna permitem-nos utilizar a classificação de assuntos utilizada por Galdino ao analisar o colunismo social. Desse modo, percebemos que esses se situam no tipo “coluna miscelânea” pois combina variados temas, não se prendendo a nenhum assunto, foge ao padrão convencional com doses de humor e sarcasmo; e “coluna de mexericos” que apresenta as altas figuras da sociedade, divulga notícias de personalidades, indiscrições, faz elogios e impõe comportamentos.¹⁵⁶

Em Feira de Santana, podemos inferir que as repercussões das colunas sociais foram importantes no reconhecimento de pertencimento a um grupo social. Essas serviram para delimitar espaços no campo social do grupo que buscava impor sua visão de mundo através de atitudes referendadas pelo jornal analisado. As notas curtas e de fácil entendimento permitiram o sucesso da nova escrita jornalística, que teve seu auge durante os anos 60, quando a *Folha do Norte* publicava simultaneamente as colunas *Sociedade*, *Ronda dos Clubes*, *Reportagem Social* e *Society em Pequenas Doses* destinadas a narrar as fofocas, festas e fatos considerados marcantes vividos pelas elites da cidade.

A existência de um indivíduo em determinado grupo é advinda a partir da opinião dos outros componentes desse conjunto. Norbert Elias nos alerta que “só se faz parte de fato da boa sociedade enquanto os outros acham que faz, ou seja, enquanto o consideram um membro”¹⁵⁷, motivo pelo qual acreditamos ser o incentivo do sucesso desse gênero jornalístico na “*Princesa do Sertão*” dado a necessidade, de alguns, em obter o reconhecimento expresso num veículo midiático, atestando a conquista do sucesso e da distinção.

¹⁵⁴ Jornal Folha do Norte – **Folha do Norte é 100** - 20.11.2009 – Edição especial de 100 anos, p. 03.

¹⁵⁵ NASCIMENTO, Kelly Cristina. **Entre a mulher ideal e a mulher moderna:** representações femininas na imprensa mineira - 1873-1932. 2006. 171 f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006, p. 54.

¹⁵⁶ GALDINO, Tarciane Mesquita, op. cit. p. 47.

¹⁵⁷ ELIAS, Norbert, op. cit., p.112.

A afirmação de determinado gosto e estilo de vida tinha como objetivo confirmar a distância e aversão daquilo que era considerado vulgar. O ser e o parecer exibido pelas elites no espaço público e apresentado na imprensa através do colunismo social esteve relacionado a exposição da posse de bens distintivos que se distanciavam dos populares e, em determinados momentos os condicionava ao julgamento das classes privilegiadas e imitação pelos menos abastados.

2.2 – A CRÔNICA SOCIAL DE EME PORTUGAL

Manoel Martins Portugal, batizado com o “nome profissional” de Eme Portugal, foi o cronista social da *Folha do Norte* que a partir de 1956 modificou o estilo dos registros sociais da cidade de Feira de Santana.

Filho da terra e oriundo de uma família tradicional da sociedade feirense, Portugal concluiu apenas o curso primário numa instituição pública de ensino, a *Escola João Florêncio*, frequentada somente por meninos. Circulou nos eventos das famílias mais abastadas da urbe e promoveu festas e reuniões para as amigas e os amigos “mais chegados”.¹⁵⁸ Nos idos de 1954, inteirou-se dos acontecimentos nacionais e internacionais a partir da leitura da revista *O Cruzeiro* e da programação das rádios locais. Exímio observador e atento as novidades, frequentou os bailes do *Feira Tênis Clube* e do *Clube Euterpe Feirense*, além de desfiles de modas e eventos beneficentes.¹⁵⁹

Aqui em Feira de Santana o meu amigo Manoel Portugal, como rapaz idealista que mantém uma intensa vida social, tomou a frente da crônica social. O jovem apesar de estar iniciando, se apresenta com tópicos bastante agradáveis e com um futuro certo. Li suas crônicas e gostei sobremodo.¹⁶⁰

Seu primeiro trabalho como colunista foi realizado no dia 10 de novembro de 1956, a convite do cronista social Hélio Dórea que por motivos pessoais mudou-se para o Espírito Santo e apresentou ao público leitor do periódico, um rapaz entusiasmado e de vida social movimentada que seria o novo narrador dos acontecimentos do *grand mond* feirense nos anos dourados.

¹⁵⁸ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p 15-16.

¹⁵⁹ Ibidem, p. 27-28.

¹⁶⁰ DÓREA, Hélio. **Sociedade**. Jornal Folha do Norte – 01.12.1956 – Edição 2473, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

Influenciado pela escrita do famoso colunista carioca Ibrahim Sued¹⁶¹, o cronista feirense criou um estilo próprio de fazer colunismo social, inovando na forma e na linguagem. Devido a pouca escolaridade, Eme Portugal relatava aos amigos os fatos e impressões dos eventos que participava e esses preparavam os textos que eram impressos nos jornais.

O talento do cronista levou-o a assinar colunas sociais em outros periódicos locais como a *Tribuna Popular*, *Vanguarda* e *Feira Hoje*, além do soteropolitano *Jornal da Bahia*. Apresentou programas sobre o *high society* na rádio *Sociedade* e rádio *Cultura*.¹⁶² A linguagem singular, repleta de estrangeirismos acrescida de opiniões pessoais e, por vezes, comentários irônicos, chamou a atenção de parte do público, pois, até então, as pequenas notas sociais eram uma espécie de registro passivo dos eventos organizados e frequentados pela classe abastada feirense.

Em todas as revoluções, em todos os acontecimentos históricos, foi e será necessário o grito de incentivo de um para então concretizar-se o que se almejava. Em Itororó, por exemplo, não fosse a célebre frase do imortal Caxias: “Quem for brasileiro siga-me”, não teríamos vencido aquela batalha, grande passo dado pelo Brasil, na guerra contra o Paraguai.

Como vêem, foi necessário o grito de Caxias para que os soldados o seguissem. Pois bem, relacionando a História com a sociedade, ou mais estritamente, com a elegância, coloco-me no lugar de um timoneiro, de um orientador, embora reconheça o elevado bom gosto das senhoras e senhoritas da nossa sociedade e dou o grito de alerta no que diz respeito a alguns senões na elegância da mulher feirense.¹⁶³

O trecho destacado demonstra a preocupação de Eme quanto ao desleixo das mulheres feirenses em relação à aparência no espaço público. Entusiasta do progresso e amante da beleza, do luxo e do refinamento, o colunista investiu-se da tarefa que acreditou ser urgente, de incentivar e aconselhar os participantes do teatro cidadão quanto à etiqueta nos lugares de sociabilidade. Posto isso, a advertência feita pelo colunista permite inferir que havia resistência ou desconhecimento por parte das senhoras e senhoritas da urbe em relação ao comportamento considerado de bom tom por parte dos grupos dominantes.

Conforme dito anteriormente, o periódico *Folha do Norte* investiu em textos e colunas que representavam o modelo ideal feminino: boa esposa, mãe amorosa, exímia dona de casa, temente aos preceitos religiosos, afastada de comportamentos considerados destoantes ou “mundanos” – ser e parecer direita – além de vestir-se e comportar-se de maneira elegante e refinada.¹⁶⁴

¹⁶¹ Começou a escrever crônicas sociais, além de notícias sobre moda, política e cultura em 1951, considerado como aquele que popularizou o estilo do colunismo social no Brasil.

¹⁶² FREITAS, José Francisco Brandão de, 2014, op. cit. p. 31-291.

¹⁶³ PORTUGAL, Eme. **Fugindo a rotina**. *Jornal Folha do Norte* – 29.03.1958 – Edição 2542, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

¹⁶⁴ Ver SOUZA, Tatiane de Santana. **A mulher no jornal Folha do Norte (1950-1959)**. 2010. 62 f. Monografia. (Licenciatura em História). Universidade Estadual de Feira de Santana. Feira de Santana: UEFS, 2010.

[...] Sei perfeitamente que todas possuem um variadíssimo estoque tanto de bolsas como de luvas. Acontece, porém, que só fazem uso delas quando vão a Salvador. [...] Que haja competição de elegância feminina nas ruas, nos cinemas, nos clubes, nas recepções para então podermos nos ufanar de possuir a nossa cidade uma plêiade das mulheres mais elegantes do interior. Que esta crônica encontre receptividade entre as elegantes da Princesa do Sertão e que a partir de amanhã constate em todos os acontecimentos sociais o atendimento às minhas sugestões.¹⁶⁵

Para Norbert Elias, a maneira de marcar uma posição social é viver um estilo apropriado.¹⁶⁶ Desse modo, as mulheres foram advertidas a utilizar publicamente determinados bens materiais – no caso, acessórios como bolsas e luvas – e ostentar a riqueza que possuíam. O excerto permite perceber que as senhoras e “senhorinhas” deveriam revelar afinidade com os novos tempos, pois o uso de tais adornos permitiria a demarcação de lugares e papéis sociais. O jornalismo de assuntos mundanos tratou de diferenciar os segmentos sociais, mediado pelo lazer e consumo.

Em Portugal atuou de forma a modificar o cenário social da época. Inspirado pelo trabalho de Jacinto de Thormes¹⁶⁷ reproduziu a célebre lista das “dez mais elegantes” de Feira de Santana. Decerto, incentivou a competição das mulheres da “alta roda”, pois conforme o depoimento de Arlete Soares¹⁶⁸, senhora de tradicional família feirense que participou ativamente do cenário social do período analisado, “cada uma queria usar o vestido mais bonito e muitas vezes trazíamos modelos de Salvador”¹⁶⁹ para utilizar nos eventos públicos. Conforme a entrevistada, os indivíduos pertencentes a esse restrito grupo social eram preocupados com a entrada de novos integrantes ao *high society* local. As dificuldades de aceitação e socialização só eram extintas após uma cuidadosa pesquisa histórica das famílias recém-chegadas e atestada a boa conduta. Somente deste modo, esses homens, mulheres e crianças finalmente poderiam participar dos eventos públicos e reuniões particulares organizados pela “boa sociedade” feirense.¹⁷⁰

As Dez Mais Elegantes de 1958

Como tive a oportunidade de dizer, é tarefa das mais difíceis selecionar em nossa sociedade, onde são tantas as senhoras que primam pela elegância com que se apresentam, as que mais se destacam a fim de escolher as Dez mais... que apresento na minha lista anualmente. Neste ano, de grande movimento social em nosso meio notei que muitas das senhoras do nosso “grand mond” apuravam-se no trajar desejosas de serem integrantes da lista de 1958. Entre tantas como já disse foi-me extremamente difícil selecionar Dez. sem causar ressentimentos. Vários fatores determinaram na escolha, entre eles a maneira correta no trajar, a personalidade, a

¹⁶⁵ PORTUGAL, Eme, op. cit., 06.

¹⁶⁶ ELIAS, Norbert, op.cit., p. 83.

¹⁶⁷ Pseudônimo utilizado pelo jornalista Manuel Antonio Bernardez Müller que a partir de 1945 começou a escrever crônicas sociais no *Diário Carioca* e considerado o pai do columnismo social no Brasil.

¹⁶⁸ Utilizamos um nome fictício a pedido da entrevistada.

¹⁶⁹ Entrevista realizada em maio de 2015.

¹⁷⁰ Entrevista realizada em maio de 2015

beleza, a graça, a comunicabilidade, a maneira pela qual recepciona os convidados, a evidência, etc.

Aqui descrevo para os nossos leitores o porquê, destas senhoras, terem sido escolhidas para integrarem a lista deste ano.

Sra. Yêda Barradas Carneiro: Dizem que há pessoas que nascem elegantes. Creio ser este o caso desta senhora que pela sua marcante personalidade e elegância sem par obteve a sua classificação.

Sra. Mirian Fraga Maia: Mais uma vez figura entre as “Dez Mais”, continuando a se destacar pelo seu guarda roupa sempre renovado, apresentando com bom gosto e graça as últimas novidades dos melhores figurinistas.

Sra. Julieta Portugal: Representante da sobriedade e distinção da mulher feirense, com qualidades pessoais que a tornam indispensável nesta lista como aconteceu na de 1957.

Sra. Glorinha Caribé: Anfitriã número um do nosso society, é uma personalidade que se destaca por uma simpatia contagiante, figurando pela segunda vez em minha lista.

Sra. Consuelo de Carvalho: Singeleza e distinção caracterizam a sua permanente elegância. Apesar de ser uma das mais novas estreates em nosso “grand mond” tem se destacado pela sua personalidade.

Sra. Antonieta Moraes: A beleza, as atitudes delicadas, a maneira correta no trajar, lhe asseguraram um lugar nesta lista.

Sra. Germina Santos: Repete este ano o êxito de suas apresentações no ano passado. Tem o segredo da beleza e da elegância juntamente com um espírito grandemente liberal.

Sra. Margarida Neves: Inteligência, trabalho e simpatia aliados a uma espontaneidade muito própria, eis um ligeiro perfil desta senhora elegante da nossa sociedade.

[...] ¹⁷¹

O colunista apresentou ao público leitor as feirenses consideradas mais elegantes do ano de 1958. Além de destacar o bom gosto feminino em relação às vestimentas, realçou as características consideradas ideais para as mulheres daquele período – beleza, simpatia, elegância, inteligência, sensibilidade e bom gosto. Utilizar um vestuário atualizado consistia em um dos requisitos para figurar na listagem.

O louvor atribuído ao “guarda-roupa renovado” permitiu a essas mulheres a diferenciação num ambiente de competição por prestígio e *status*. O consumo amplamente divulgado e defendido permitiu revelar, nesse caso, a riqueza dos maridos das colunáveis, pois essas nos anos de 1950 cuidavam apenas da família e de assuntos domésticos. O uso de elogios e deslumbramento são uma das principais características do colunismo social das cidades do interior do Brasil.

Conforme Gonçalves, esses textos reproduzem estereótipos, garantem os “quinze minutos de fama” de alguns indivíduos e exibem objetos que podem causar cobiça aos pouco favorecidos.¹⁷²

¹⁷¹ PORTUGAL, Eme. **As Dez Mais Elegantes de 1958**. Jornal Folha do Norte - 11.10.1958 – Edição 2570, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

Etiqueta social

[...] Pode parecer exibicionismo, quando usamos expressões extravagantes como: “bye bye”, “au revoir”, a menos que se esteja conversando num desses idiomas.

A expressão “beijo-lhes as mãos”, não precisa ser acompanhada do gesto expresso, pois este já está em decadência.¹⁷³

Além de escrever sobre os acontecimentos sociais da classe abastada e lançar costumes, Eme Portugal também comportou-se como um vigilante comportamental. As lições de etiqueta tornaram-se uma das marcas de seu trabalho e permitiram ao colunista combater hábitos considerados atrasados e que lembrassem o pretérito “rural e sem modos” feirense. Havia um desejo por parte da elite dirigente de que os cidadãos agissem de maneira adequada a partir dos seus modelos de comportamento os quais foram propagados pelo colunista. Já os colunáveis deveriam cumprir tais conselhos com o intuito de proteger sua existência social.

Etiqueta social

Manda a cortesia que um cavalheiro, antes de se dispor a fumar, pergunte as senhoras, mesmo quando se tratam de desconhecidas que acidentalmente se encontrem a seu lado, se a fumaça as incomoda. Por cortesia, as senhoras responderão sempre com uma negativa, cabendo ao cavalheiro a sutileza de interpretar pela maneira pela qual lhe foi dado a resposta se deverá acender o seu cigarro ou não.¹⁷⁴

No texto, Eme Portugal aconselhou que o homem ao fazer uso do cigarro, perguntasse as senhoras que estivessem próximas se tal ato as incomodaria devido a fumaça. Conforme as normas de etiqueta as mulheres responderiam sempre com uma negativa, cabendo ao “cavalheiro” decidir se fumaria ou não. O colunista social exibiu e ratificou os modelos de comportamento de gênero pretendidos para a sociedade feirense da década de 1960. Sendo o porta voz de um grupo elitista e conservador, o colunista utilizou as pequenas notas de assuntos mundanos para reiterar os papéis de gênero considerados ideais na cidade, sendo que para a mulher cabia a disponibilidade e disposição de sempre obedecer e agradar o homem que teria a maioria dos seus desejos satisfeitos sem empecilhos.

Enquanto cronista famoso e bem sucedido, Portugal organizou eventos, desfiles e concursos de beleza como o *Glamour Girl, Broto do Ano* e *Miss Feira* que passaram a fazer parte do calendário festivo da cidade. Idealizou as concorridas festas temáticas *Uma noite no Havaí, Vale a pena sonhar* e *Uma festa ao redor do mundo*. Comandou as comissões dos

¹⁷² GONÇALVES, José Henrique Rollo. **Escavando o chão das futilidades:** colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais. Revista de História Regional, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 35-58, 1999. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2082>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

¹⁷³ PORTUGAL, Eme. **Sociedade.** Jornal Folha do Norte – 10.02.1968 – Edição 3069, p. 06. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses.

¹⁷⁴ PORTUGAL, Eme. **Sociedade.** Jornal Folha do Norte – 13.01.1968 – Edição 3065, p. 06. MSC/CENEF.

festejos das festas da padroeira de Feira de Santana e promoveu diversas ações beneficentes. Galdino nos diz que uma das funções da coluna social é incentivar a indústria do consumo – vestuário; acessórios e beleza; agências de viagens – e da economia do estado – músicos; buffets; decoração; iluminação e salões de festa.¹⁷⁵

Outro evento de grande prestígio social produzido pelo colunista era a *Festa das Debutantes*, onde as meninas-moças, as “joias da nossa melhor sociedade”¹⁷⁶ eram apresentadas “ao que há de mais fino e representativo no *grand mond* feirense.”¹⁷⁷ Para Michelle Perrot os bailes são “lugares múltiplos da recepção mundana, as mulheres tem uma função de representação. Sua elegância, seu luxo e mesmo a sua beleza exprimem a riqueza ou o prestígio de seus maridos ou de seus companheiros.”¹⁷⁸ Nesse caso, eram as adolescentes que demonstravam a riqueza da sua família para a sociedade. Os bailes de debutantes eram ocasiões nas quais as famílias apresentavam suas filhas à sociedade. Funcionavam como rituais de passagem, transição da infância-adolescência para a idade adulta. A menina se tornava mulher e estava pronta para participar de eventos na sociedade, desempenhando o papel estabelecido no meio social.

Ao longo de sua carreira, Portugal foi acometido pela disputa acirrada com o surgimento de novos colunistas. Posto isso, percebemos que a crônica social na cidade chegou ao ápice na década de 1960 quando encontramos textos e colunas na *Folha do Norte* assinadas por sete diferentes articulistas de assuntos “mundanos”. Igualmente, sofreu críticas por fazer um jornalismo considerado de futilidades e que não enaltecia a sociedade feirense de maneira benéfica.

Carta a um cronista

[...] ataquei apenas o ridículo a que o meu ilustre amigo vem submetendo algumas pessoas respeitáveis da nossa cidade, explorando-lhes a vaidade num mau sentido. [...] Em todos os lugares ouvimos os mesmos comentários sobre um programa fútil, pueril, onde se comenta os namorinhos de Sr. Fulano com D. Fulana; o vestido que madame usou, [...] entrevistas ditando normas de andar, de vestir, de comer, como se a sociedade de nossa terra não soubesse fazer nada disso e só começasse a existir depois das famigeradas crônicas sociais. [...]

A minha intenção foi tão boa que uma infinidade de pessoas me procuraram para aplaudir o que escrevi. E isso prova que todos estão sentindo a influência deletéria sobre um reduzido grupo, levando pela vaidade, a atitudes grotescas.¹⁷⁹

¹⁷⁵ GALDINO, Tarciane, op. cit., p. 70.

¹⁷⁶ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 08.03.1958 – Edição 2539, p. 01. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

¹⁷⁷ PORTUGAL, Eme. **Sociedade**. Jornal Folha do Norte – 12.11.1955 – Edição 2418, p. 06. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

¹⁷⁸ PERROT, Michelle. **Mulheres públicas**. São Paulo: UNESP, 1998, p. 15.

¹⁷⁹ PITOMBO, Samuel. **Carta a um cronista** - Escreveu Samuel Pitombo. Jornal Folha do Norte – Edição 2542, p. 01. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

O texto escrito por Samuel Pitombo demonstra que parte dos protagonistas das crônicas mundanas estavam insatisfeitos com as notas feitas e divulgadas por Portugal. O jornalismo de frivolidades não era bem visto por parte da sociedade, pois para o autor estimulava sentimentos e atitudes negativas como o exibicionismo e a competição. O cronista Samuel Pitombo, intelectual, escritor e filho de uma tradicional família da cidade, utilizou o espaço que dispunha no periódico e expôs seu descontentamento com tal gênero jornalístico que, por vezes, ridicularizava os envolvidos, apresentava notícias sem importância e que não acrescentariam conhecimento aos leitores.

Em Portugal faleceu em agosto de 1987 e influenciou colunistas em todo o interior baiano. O cronista teve papel importante na consolidação da imagem de Feira de Santana enquanto cidade moderna. As linhas da sua coluna cotejavam uma vida feirense como também as medidas adequadas de um estilo de vida onde a ostentação material era importante. Ele versava tanto sobre sociabilidades quanto sobre o valor de necessidade de ter uma aparência que expressasse sucesso social.

Através dos seus textos destacou aquilo que considerava “de melhor” na sociedade, ajudando a demarcar os lugares e papéis femininos e masculinos. O jornal *Folha do Norte* seguiu a tendência nacional ao incluir em suas páginas uma seção dedicada ao colunismo social e, através dela, retratavam-se as representações que deveriam servir de modelo para a sociedade. Ao descrevê-los, destacando seus importantes sobrenomes advindos de famílias pertencentes à elite local e riqueza material, evidenciava-se que tinham conseguido distinção dentre as demais, pois através da moda e dos “bons costumes” diferenciavam-se do restante da população.

Os textos assinados por Eme Portugal apresentaram as ideias e gostos da classe dominante. Ao apresentar suas opiniões e escolhas estéticas, recusou os gostos das classes populares, possivelmente por considerá-los deselegantes e antiquados. Defendeu o consumo e a ostentação material e cultural da classe dominante como maneiras de diferenciação social e estilo de vida¹⁸⁰ ideal num momento que o projeto de modernização citadino consolidou-se relegando a margem quem viveu e se comportou de maneira diferente.

¹⁸⁰ Expressão utilizada por Pierre Bourdieu para designar o conjunto de preferências distintivas que caracteriza a posição do indivíduo no espaço social. Ver: BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983, p. 82-121.

CAPÍTULO 3 – IMAGENS DA MODA – VESTUÁRIO, APARÊNCIA E DISTINÇÃO SOCIAL

O modo como cobrimos ou descobrimos nosso corpo é permeado de sentido. Conforme Tatiane Souza, podemos dizer que nos vestimos pensando na forma que seremos vistos pelo outro e, frequentemente, utilizamos o vestuário e a aparência como formas de integração, competição e de distinção dentro de determinados grupos sociais.

A roupa, pensada como uma “segunda pele” é repleta de significados ligados à feminilidade ou masculinidade, à beleza, à juventude, à riqueza ou à marginalidade, permitindo o indivíduo criar e recriar identidades, ajudando-o demarcar o seu lugar em um dado contexto histórico e para isso, também é necessário o olhar do outro.¹⁸¹

O trajar, entendido como forma de linguagem simbólica, adquiriu a condição de texto, na medida em que atribuiu-se ao homem moderno a capacidade de compor e decifrar as mensagens que compartilhamos cotidianamente ao lançarmos do uso vestes e adornos. O corpo é entendido como suporte dessa mensagem, que é ornamentado a partir da imagem que desejamos apresentar nas tramas do teatro citadino.

Para ser aceito socialmente, o sujeito despende de um investimento diário: regras de etiqueta e de convivência, noções de higiene, cosmética, alimentação, além de exercícios físicos e cirurgias estéticas que se unem a indumentária no esforço de transformar o corpo biológico num corpo social mediante a preocupação do indivíduo de firmar-se no mundo. Esse esforço pessoal constitui-se no que a socióloga Michele Pàges-Delon chamou de “capital aparência”, que consiste na aquisição e perpetuação de um recurso, adorno, poder ou de um modo de ação dos atores sociais que a partir da aparência almejam conseguir êxito na sagração de uma excelência corporal no grupo que desejam participar.¹⁸² Desse modo, a imagem agora se perpetua juntamente com o capital pecuniário e de saberes como instrumento de reprodução de grupos e pessoas no poder.

Neste capítulo, pretendemos analisar como a moda e a aparência constituíram-se como ferramentas de distinção social na consolidação do projeto de modernidade feirense dos anos de 1950 a 1960. Pretendemos também compreender de que maneira o jornal *Folha do Norte* atuou no investimento do “capital-aparência” da sociedade feirense ao apresentar os textos e as notícias sobre moda, vestuário, cosmética e comportamento aos leitores e leitoras da

¹⁸¹ SOUZA, Tatiane de Santana, op. cit., p. 45.

¹⁸² PÀGES-DELON, Michèle apud SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970.** 2005. 696 f. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005, p. 110.

“Princesa do Sertão”? Quais as características destacadas nos textos e fotografias veiculados pela revista *Gente Importante* que serviram de modelo para parte dos moradores da Feira de Santana?

3.1 – OS JORNAIS E A MODA

Conforme François Boucher, o desenvolvimento societal obrigou o indivíduo a modificar sua roupa, adaptando-a ao progresso que ocorreu nas cidades ao longo do tempo. Com isso, o autor descreveu a evolução do vestuário dividida em três fases. Na fase mais remota, da Antiguidade ao século XIV, a roupa não exibia um caráter nacional e os indivíduos vestiam-se de maneira parecida, refletindo, em algumas vezes, funções mágicas e religiosas.¹⁸³ Entretanto, para a historiadora Marina Régis Cavicchioli desde a Roma antiga as roupas distinguem socialmente os sujeitos, como o uso de determinadas cores nas togas romanas que dividiam a sociedade.

Ainda segundo Boucher, a partir do século XIV, as mudanças econômicas e sociais influenciaram o surgimento de um vestuário de caráter pessoal e nacional. A retomada da cunhagem de moedas de ouro nos Estados europeus, o gosto pelo luxo, o desejo de distinção e o aumento do poder aquisitivo permitiu que homens e mulheres cuidassem do corpo e da aparência. O fenômeno da moda, como manifestação do culto as novidades, surgiu nesse momento, a partir da inserção de novos elementos no vestuário que propiciou personalidade ao indivíduo nos atos de exibição cotidianos.¹⁸⁴

A terceira fase, iniciada em meados do século XIX e que se estende até os nossos dias, apresentou um vestuário internacional cada vez mais efêmero. O surgimento da Alta Costura¹⁸⁵ em Paris permitiu a disposição e comercialização de roupas luxuosas feitas sob medida a uma clientela que privilegiava a exibição do poder monetário e diferença social a partir do vestuário.¹⁸⁶

¹⁸³ BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010, p. 17-27.

¹⁸⁴ Idem.

¹⁸⁵ Refere-se à atividade artesanal, que visa colocar à disposição de uma clientela afortunada roupas sob medida e de grande luxo. Foi criada em 1858 por Charles-Frédéric Worth que foi pioneiro ao impor seu próprio gosto nas criações. O *couturier* Worth utilizou a ideia de coleção por estações do ano, exibiu suas roupas em manequins e as etiquetou, legitimando sua autoria e conferindo status de artista ao seu ofício. A empresa que produz a alta-costura é chamada de *Maison*. O termo é patente internacional da *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. Atualmente as *maisons* devem seguir regras rígidas de funcionamento: apresentar, no mínimo 25 modelos por estação; produzir peças únicas e elaboradas manualmente; comercializar perfume com o nome do costureiro ou um nome fantasia associado à casa de costura e elaborar dois desfiles anuais, nos meses de janeiro e julho.

¹⁸⁶ BOUCHER, François, op. cit., p. 17-154.

Durante os séculos XIX e XX, a expansão da moda nas sociedades ocidentais proporcionou uma mudança na indústria do impresso, obrigando os donos de jornais a incluírem nos exemplares seções e textos sobre o vestuário. Conforme Maria do Carmo Rainho, o impresso de moda começou a circular na França, quando em 1759 o *Journal de dames et de modes* publicou em seus exemplares gravuras de figurinos com as respectivas descrições dos modelos. Tal empreitada intensificou-se a partir de 1770, quando a Espanha, Alemanha, Estados Unidos, Inglaterra, Itália e Brasil tomaram a França como inspiração e modelo e, a partir do século XIX, mantiveram periódicos dedicados às imagens e textos da moda.¹⁸⁷ Segundo Daniel Roche, os periódicos de moda desse período tinham a função de ser um espelho para a sociedade ver e ser vista além de apresentar a evolução vestimentar.¹⁸⁸

No Brasil, o primeiro jornal dedicado à moda foi o *Espelho Diamantino* que, em 1827, iniciou nas terras cariocas a reprodução de modelos estrangeiros, descrições dos trajes, além de textos que discutiam a importância e necessidade da moda, noções de etiqueta e anúncios dos ateliês de modistas, alfaiates e lojas de vestuário.¹⁸⁹ Assistiu-se, assim, o surgimento de uma série de periódicos especializados em apresentar as modas e modismos franceses as leitoras e leitores brasileiros. Rainho nos diz que esses hebdomadários, em sua maioria, eram dedicados as mulheres e versavam sobre literatura, notas sobre eventos festivos, além de regras de etiqueta, dada a movimentada vida social de parte das leitoras pertencentes a “boa sociedade”.¹⁹⁰

O século XX marcou o crescimento e popularidade das revistas ilustradas que substituíram a litografia e xilogravura pelo uso de fotografias que tomavam um grande espaço na disposição gráfica das páginas. Eliza Casadei ressalta que, geralmente destinadas ao público em geral, essas publicações comportaram-se como veiculadoras das mudanças ocorridas no país e tentavam familiarizar as famílias com as novidades, como a revista carioca *Fon-Fon* (1907) que tinha a moda como matéria-prima central das suas páginas.¹⁹¹

Considerada um dos primeiros sucessos comerciais no mercado brasileiro de impressos, a *Revista Feminina* despontou como a principal publicação direcionada às

¹⁸⁷ RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 71.

¹⁸⁸ ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2007, p. 475.

¹⁸⁹ RAINHO, Maria do Carmo Teixeira, op. cit., p. 75.

¹⁹⁰ *Ibidem*, p. 85.

¹⁹¹ CASADEI, Eliza Bachega. **Jornalismo de Moda em revista: momentos históricos do registro de editorial da Moda no Brasil no período anterior aos anos 60**. Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo, n.º 53, p. 01-09, 2012. Disponível em <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao53/materia03/>. Acesso em: 03 jul. 2015.

mulheres dos anos de 1914 até 1935 e apresentava ao público leitor as novidades em vestuário e modismos. Conforme Buitoni, a revista atingiu a tiragem de 30 mil exemplares e afirmou-se como um veículo de informação inovador e alinhado aos ditames da indústria de consumo.¹⁹² A chegada do rádio impulsionou as vendas das revistas ilustradas e, por conseguinte, o jornalismo de moda, uma vez que a popularização das radionovelas fez com que as fãs buscassem fotografias dos atores e das atrizes nessas publicações.

Durante a década de 1920 ocorreu a proliferação de periódicos femininos cada vez mais especializados em assuntos de vestuário, beleza e decoração de interiores, visando atingir leitoras de uma burguesia em ascensão nos grandes centros. Nesse contexto destacaram-se a *Ilustração Brasileira* (1922), *A Renascença* (1923) – publicação de inspiração anarquista que trazia textos destinados aos cuidados com o corpo, beleza e vestimenta feminina – além dos títulos *A Cigarra* (1924) e a *Paulistana* (1927).¹⁹³ Essas publicações apresentavam a moda e o trato com a aparência como assuntos de interesse apenas da mulher e cabia a mesma cuidar da vestimenta de toda a família.

O surgimento da revista *O Cruzeiro* (1928) indicou o novo tratamento dado ao jornalismo de moda no país. Leitoras e leitores tinham acesso a uma grande quantidade de fotografias, textos e anúncios de vestimentas e de produtos de beleza, sendo incitados a consumir as novidades e utilizá-las nos grandes centros urbanos.

Segundo Leoní Serpa, beleza e moda foram assuntos centrais na revista que contou com colunas especializadas que ensinavam como as mulheres deveriam se portar, se vestir, além de reflexões sobre o ponto de vista masculino sobre esses assuntos.¹⁹⁴ O tema ganhou notoriedade quando, a partir de 1938, foi veiculada a coluna *Garotas* do artista gráfico Alceu Penna. Tratava-se de um espaço destinado a apresentação de ilustrações de personagens que apresentavam aspectos do estilo de vida estadunidense e anunciadas como a expressão da vida moderna. O sucesso de *O Cruzeiro* no cenário comunicacional - quando atingiu a marca de 500 mil exemplares vendidos¹⁹⁵ - permite inferir que a influência da seção *Garotas* foi importante na consolidação do jornalismo de moda brasileiro, além de constituir um inventário de vestimentas e costumes de uma época.

O registro editorial de moda no Brasil firmou-se a partir da década de 1950 com o surgimento de publicações específicas como a revista *Jóia*, ligada aos editores Bloch e que

¹⁹² BUITONI, Dulcília Schroeder, op. cit., p. 56-58.

¹⁹³ Ibidem, p. 70-72.

¹⁹⁴ SERPA, Leoní Teresinha Vieira. **A máscara da modernidade: a mulher na revista O Cruzeiro (1928-1945)**. 2003. 182 f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, 2003, p. 71-75.

¹⁹⁵ BUITONI, Dulcília Schroeder, op. cit., p. 99.

mais tarde, passou a se chamar *Desfile-Manequim* (1959); a revista *Cláudia* (1961) e a implantação de títulos internacionais como a revista *Vogue* (1975).¹⁹⁶ Os jornais mantiveram o padrão de jornalismo norte-americano apresentando seções ou cadernos especiais para o público feminino com textos traduzidos e enviados por agências estrangeiras. Segundo Renata Pitombo, o *Diário de Notícias* (1961) e o *Jornal do Brasil* apostaram num novo conceito de jornalismo feminino e obtiveram sucesso veiculando matérias sobre vestimentas.

Em Salvador, Pitombo aponta a importância dos jornais *A Tarde* e a *Tribuna da Bahia* como divulgadores das tendências¹⁹⁷ do “universo *fashion*”.¹⁹⁸ Sua pesquisa consistiu em mapear e analisar os discursos de moda nos jornais impressos soteropolitanos das décadas de 70, 80 e 90. O recorte temporal deveu-se ao fato de que, nesse período, houve uma maior aceitação do tema moda pelas mídias, além da democratização do vestir com o *Prêt à Porter*¹⁹⁹. Mediante a leitura dos dois periódicos baianos, a pesquisadora apontou que a moda era retratada em artigos e crônicas de colunas específicas para o tema e também no colunismo social. Alguns escritos ora apresentavam as novas coleções de grifes e estilistas famosos, os últimos modelos utilizados por atores e atrizes da televisão e do cinema, ora associavam moda, comportamento e cotidiano, convidando o público leitor a problematizar e refletir as estruturas desse mundo de consumo e fantasia.

3.2 – NO MUNDO DA MODA

Nas páginas do jornal feirense *Folha do Norte* encontramos descrições detalhadas da moda utilizada nas décadas de 1950 e 1960. A transformação de um vestuário real num emaranhado de palavras corresponde ao que Roland Barthes rotulou de “vestuário escrito”²⁰⁰. Para o sociólogo, a descrição vestimentar tem por finalidade “transmitir uma informação cujo conteúdo é a moda”²⁰¹ e incentivar uma compra real por intermédio da língua.

¹⁹⁶ CASADEI, Eliza Bachega, op. cit., p. 08.

¹⁹⁷ O termo refere-se à antecipação daquilo que será moda.

¹⁹⁸ CIDREIRA, Renata Pitombo. **A sagração da aparência:** o jornalismo de moda na Bahia. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 73- 78.

¹⁹⁹ Expressão que significa **pronta para vestir** utilizada para caracterizar a revolução na indústria do vestuário que ocorre pós Segunda Guerra Mundial. Substituiu, paulatinamente, o prestígio da Alta Costura, ao produzir roupas em série, sem execuções especiais sobre medidas pessoais do indivíduo, oferecendo ao consumidor de todas as camadas sociais uma variedade de modelos que seguia os padrões de medidas industriais, além de peças confortáveis e descontraídas. Teve seu apogeu na década de 1960 quando surge a figura do estilista que é aquele vai criar a moda para a produção em série.

²⁰⁰ BARTHES, Roland, op. cit., p. 19.

²⁰¹ *Ibidem*, 27.

A leitura das fontes jornalísticas permite inferir que a veiculação de textos sobre o tema aponta que a *Folha do Norte* quis atingir um público socialmente definido – a elite feirense que dispunha de capital para adquirir as peças que eram apresentadas, transformando sua imagem de acordo com os ditames dos “novos tempos”. Porém, muitas mulheres que não tinham condições financeiras de comprar as peças originais, copiavam os modelos exibidos no periódico que eram produzidos pelas costureiras da cidade e, com isso, tentavam atingir o padrão considerado civilizado.

Conforme Bourdieu, os gostos das classes operárias seriam baseados na “cultura da necessidade”, desse modo, preferiam um vestuário prático e confortável. As elites, numa atitude de afirmação do poder econômico e diferenciação social, escolhem um vestuário ostentatório e luxuoso.²⁰²

A difusão do *Prêt à Porter*, após a Segunda Guerra Mundial, possibilitou um maior alcance aos indivíduos interessados em conhecer e utilizar as tendências vestimentares que estavam em voga. O hebdomadário dispunha de demasiada quantidade de artigos, crônicas, propagandas, além das seções *No mundo da moda*, *Conselhos de beleza* e do colunismo social que ajudaram a compor as imagens do homem moderno e da mulher moderna.

De dezembro de 1953 a setembro de 1956, a *Folha do Norte* reproduziu esporadicamente a coluna *No mundo da moda* produzida pela agência de notícias *Globe Press*. A colunista Josefina Mendonza informava as novidades do mercado *fashion* que, em sua maioria, provinha de Nova Iorque. Os textos dispostos nas edições dos anos citados descreviam as estampas, cores, tipos dos tecidos, modelos de roupas e de sapatos para mulheres e meninas. De certo modo, o periódico difundiu a ideia de que a preocupação com questões vestimentares era somente feminina.²⁰³

A coluna serviu como instrumento de publicidade para a indústria de corantes americana *General Dyestuff Corporation*. Ao final de todos os textos, Josefina Mendonza atrelou o tema moda com pequenos parágrafos onde expos as pesquisas e experiências dos químicos “que passavam horas e horas, aperfeiçoando cores para os delicados tecidos”.²⁰⁴ Conforme a colunista, no ano de 1953, alguns representantes da referida fábrica visitaram a América Latina para pesquisar características culturais com o intuito de utilizá-las como

²⁰² BOURDIEU, Pierre, op. cit.

²⁰³ Identificamos a veiculação da mesma coluna no jornal carioca *A noite* e no jornal florianopolitano *O Estado*.

²⁰⁴ Jornal *Folha do Norte* – **No mundo da moda** – 11.12.54 – Edição 2370, p. 03. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF

referência de novos corantes para tecidos, rendas e couros.²⁰⁵ Comumente, indústrias em expansão utilizavam os serviços de agências publicitárias para produzir textos de moda.

Vincent-Ricard salienta que algumas marcas de pequena projeção internacional faziam tal ação com o objetivo de ocupar os espaços de mercado não ocupados por marcas francesas.²⁰⁶

No mundo da moda

NOVA YORK – O feminino, o romântico e o nostálgico são as características predominantes das primeiras coleções de outono. Como já dissemos em crônicas anteriores, a silhueta esbelta continua em voga, mas tem-se procurado favorecer a silhueta natural. Para esse fim, são usados vários recursos como blusas soltas, almofadas, jaquetas e golas em forma de capuz. [...]

Harvey Berin se concentrou nos vestidos justos, com costas em forma de blusa solta, terminando à altura da cintura ou um pouco abaixo. Para cada estação, esse figurinista faz destacar um novo matiz e, para o próximo outono, tal matiz é o chamado “Vermelho de Castela”, um borgonha rico e intenso. Vários modelos do feitiço acima descrito, assim como no estilo Regência, outra modalidade do feitiço justo, foram apresentados nessa cor.

Nesse romântico estilo Regência, de cintura alta, Herin apresentou um lindo modelo com largo cinto de cetim, um pouco acima da linha normal da cintura. Outro modelo de cintura alta para “cocktail” também apresenta largo cinto cetim com laço. Além do vermelho de Castela, a coleção apresenta modelos nos matizes verde Imperatriz, malva, marrom, corça e cinzento claro. [...]²⁰⁷

O texto de Josefina Mendonza apresentou as novidades vestimentares da coleção do outono do ano de 1954 da marca americana *Harvey Berin*²⁰⁸. Notamos aí um descompasso climático entre a coluna e as estações brasileiras. Feira de Santana localiza-se no sertão baiano e o clima do município é de subúmido a seco com temperatura média anual de 24° C, podendo atingir no verão a média de 27°C²⁰⁹ e máxima de 36° C. Setembro, mês em que o texto foi publicado, é primavera na cidade, indicando que a coluna não se atentou às diferenças climáticas, privilegiando um clima e vestuário estrangeiros. Por vezes, utilizar roupas com características discordantes com o clima conferia um afastamento da ideia de

²⁰⁵ Jornal Folha do Norte – **No mundo da moda** –24.04.1954 – Edição 2334, p. 03. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁰⁶ VINCENT-RICARD, Françoise apud SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970.** 2005. 696 f. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005, p.542.

²⁰⁷ Jornal Folha do Norte – **No mundo da moda** – 08.09.1956 – Edição 2461, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁰⁸ Harvey Berin abriu seu negócio em 1921 alcançando o apogeu da marca em 1940. Os vestidos e conjuntos, extremamente femininos, eram desenhados por Karen Stark, irmã de Berin, que copiava os modelos das *maisons* da Alta Costura francesa. Esses eram apresentados ao Berin que aprovava ou rejeitava cada projeto. Tornou-se conhecido por vestir algumas primeiras-damas estadunidenses. A companhia encerrou suas atividades no ano de 1970. Ver <http://vintagefashionguild.org/label-resource/berin-harvey/>. Acesso em: 03 jul. 2015.

²⁰⁹ DINIZ, Aline F., SANTOS, Rosângela Leal, SANTO, Sandra Medeiro. **Avaliação dos riscos de seca para o município de Feira de Santana-BA associado a influência do *El niño* no semi-árido do Nordeste brasileiro.** +Geografia’s, Feira de Santana, n. 1, p. 18-24, mai. 2008, p. 18.

conforto, entretanto, demonstrava que a mulher estava atenta ao novo, atribuindo uma imagem de elegância e distinção.

Para Bonadio se a mulher passa a dispor de opções de vestimenta que são fruto do gosto do criador, é necessário pensar que o vestuário é uma fabricação que carrega significações. Essas significações constroem e reconstroem a cada estação, de forma mais ou menos radical o corpo da mulher. A imagem feminina passa a ser, por conseguinte, uma construção, uma representação do discurso vigente na sociedade, que o costureiro pode quebrar, assimilar ou representar. Juntamente com a linguagem, a educação e a cultura, a moda é uma das marcas e distinções visíveis pelas quais o ser social das elites ganha realidade e indica a posição específica daqueles que dela participam no todo da sociedade.²¹⁰

Uma das principais características da coluna *No mundo da moda* é apresentação de textos escritos de modo denotativo com o uso de um vocabulário técnico e de pouca retórica. Segundo Barthes, esse tipo de escrita de moda é dirigido a um público socialmente mais elevado e, por isto, tem a maior probabilidade de ser realizado. Já um texto composto de forte retórica e alto grau conotativo refere-se às camadas mais baixas, pois de acordo com o sociólogo, por não possuírem condições materiais para adquirir os modelos idênticos aos expostos, o vestuário é irrealizável e os indivíduos apenas imaginam um investimento fantasioso no que tange ao vestuário.²¹¹

Segundo Boucher o fenômeno de moda da década de 1950 tem por principais características a feminilidade e a jovialidade. As inovações têxteis surgidas nos anos de 1920 tiveram seu apogeu nos “Anos Dourados” permitindo a utilização de uma variedade de fibras artificiais e de tecidos, além da consolidação das profissões do vestuário.²¹² Josefina Mendonza apontou a existência de um estilo vestimentar chamado *Regência* que tinha por característica um retorno ao luxo e à tradição a elegância francesa. A imagem ideal feminina consistiu numa silhueta de ombros retos, peitos desenhados pelo uso do sutiã corpete e uma cintura marcada pelo uso de cintos – características do *New Look* lançado pelo francês Christian Dior em 1947.²¹³

²¹⁰ BONADIO, Maria Claudia. **Moda:** costurando mulher no espaço público. Estudo sobre a sociabilidade feminina na cidade de São Paulo 1913-1929. 2000. 184 f. Dissertação (Mestrado em História). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2000, p. 41-58.

²¹¹ BARTHES, Roland, op. cit., p. 362.

²¹² BOUCHER, François, op. cit., p. 408-409.

²¹³ BOUCHER, François, op. cit., p. 405-406.



Figura 10 – Hildete Galeão. Arquivo particular.

A exaltação das curvas femininas através do vestuário se fazia necessária como atributos na conquista de um marido e simbolizavam a fertilidade. Em Feira de Santana, algumas mulheres utilizaram o vestuário que estava em evidência, como a senhorita Hildete Galeão que, conforme a imagem dez, utilizou peças que valorizaram seu corpo magro e inspirando-se na tendência do *New Look* da Dior evidenciou a cintura fina que foi marcada pelo cós alto de uma saia de pregas, bordada com imagens florais e de comprimento midi, indo até a altura dos joelhos. O desenho do busto foi arrematado pelo uso de uma camisa de tecido branca com o peitilho levemente volumoso devido a gola baixa com discreto desenho em formato enviesado.

As roupas ajudam a demarcar lugares sociais e papéis de gênero, permitindo que a noção do feminino e do masculino seja afirmada, pois de acordo com Berenice Bento, “o gênero adquire vida através das roupas que compõem o corpo, dos gestos, dos olhares, ou seja, de uma estilística definida como apropriada.”²¹⁴ A concepção de corpo e beleza são produções históricas, sociais e culturais e os padrões hegemônicos de feminilidade e masculinidade são produzidos e reproduzidos por diferentes mecanismos sociais, culturais e políticos, com o objetivo de naturalizá-los ou questioná-los. O jornal *Folha do Norte*

²¹⁴ BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo:** sexualidade e gênero na experiência transexual. Rio de Janeiro: Garamond, 2006, p. 90.

comportou-se como um desses mecanismos ao apresentar as leitoras e leitores os padrões de beleza estrangeiros como uma maneira de compor uma estética de modernidade na cidade, construindo os sujeitos a partir de sua aparência. Ao iniciar a veiculação de uma coluna sobre a moda de grandes marcas, o periódico demonstra que pretende atingir um público que possui alto poder aquisitivo e, por conseguinte, poderia adquirir tais peças.

Os textos da coluna eram voltados ao público feminino e expunham a ideia de que a mulher deveria preocupar-se com o cuidado do guarda-roupa de toda a família. No texto abaixo, as mães feirenses foram apresentadas as tendências do “new look” infantil feminino do ano de 1954.

[...] Hoje quero me referir às crianças entre 3 e 6 anos. A expressão “haute couture” poderia não ser muito apropriada para tal idade, mas é, na verdade, a forma adequada de descrever muitos dos estilos que aparecem atualmente no mercado.
 [...] Uma das características do “new look” infantil é que o tecido das saias é dobrado sobre si mesmo, chegando até a cintura, de maneira a saia ficar bem rodada. Os bordados finos e as rendas suíças são os enfeites mais em voga. Os aventais são particularmente apropriados para meninas daquela idade e estão recebendo atenção especial. O avental vem por cima do vestido em cima de uma camisola que servirá de sombra. Quando o vestido é transparente, deverá sempre trazer essa sombra. Uma adorável variação é um avental em estilo francês, cor de rosa, sobre um vestido de quadros cor de rosa e brancos. [...] ²¹⁵

A partir de 1945 a vestimenta infantil para meninas tinha por características a cintura marcada, uso do sapato boneca e de acessórios no cabelo. A descrição feita pela colunista apontou um traje muito parecido com o da mulher adulta ao denotar o uso de enfeites sofisticados e de uma saia rodada. A colunista sugeriu o uso da cor rosa para o avental e o vestido constituindo uma forma de perpetuação da ideia desta ser uma cor associada ao feminino e ao romantismo.

Diante do exposto, percebemos que a roupa possuía uma função pedagógica ao expressar, desde a tenra idade, traços considerados ideais a personalidade feminina. O vestuário constituiu um instrumento que contribuiu na educação do gênero para as crianças, além disso, o investimento no “capital aparência” infantil se fazia necessário na composição imagética da moderna família feirense, pois os “diminutos brotinhos” também precisavam se distinguir.

A coluna *No mundo da moda* permitiu a consumidora feirense conhecer as tendências vestimentares para realizar um possível investimento pessoal. Além das descrições apresentadas, encontramos dicas de trajes esporte, da “roupa de baixo”, além de recomendações de como escolher “a cor adequada a seu tipo” físico, o melhor sapato para

²¹⁵ Jornal Folha do Norte – **No mundo da moda** –11.12.1954 – Edição 2370, p. 03. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

festas e para o dia a dia e a devida atenção na seleção do modelo de vestido, pois esse dependia do tipo de evento que a leitora iria frequentar. Esses textos foram instrumentos de construção de desejos de consumo e de sociabilidades, ratificando o papel do jornal *Folha de Norte* de vigilante e demarcador de papéis sociais, sendo o veículo de transmissão de um discurso normatizador construído pelos grupos dominantes que objetivavam também modernizar a aparência dos cidadãos nos espaços de socialização.

Durante o ano de 1967, o periódico veiculou a coluna *Assuntos Femininos* onde a autora, que assinava pelo nome de Suzana, comentava sobre comportamento, moda e culinária.

Vestidos elegantes para a noite

Na coleção Primavera-Verão 67 sentem-se inspirações heterogêneas também nos vestidos “habillé”. Em Paris o mais arrojado neste gênero foi Christian Dior. Vestidos assimétricos com um só ombro, outros muito amplos, decotes ousados e detalhes extravagantes. [...] Qualquer decote é arrematado com um bordado de contos vermelhas, turquesas e douradas. A estamparia por sua vez se inspirou em motivos africanos. Tudo ficará em torno de estampados enormes, flores selvagens, enormes manchas, cores fortes e lindas em abundância. [...] ²¹⁶

O universo da moda passou por uma grande renovação na década de 1960. A alta taxa de natalidade dos anos de 1945 a 1965 aumentou quase em dobro o número de crianças em relação ao período pré Primeira Guerra. Nesse momento, os jovens são considerados uma categoria à parte com ocupação, gostos e modos de vestir específicos. Nos Estados Unidos, estudantes e universitários adotaram o traje composto por calça jeans, camisa sem gravata e jaqueta de maneira a criticar o consumismo daquela sociedade. Os jovens europeus começaram a utilizar o vestuário para afirmar pertencimento aos grupos de sua idade, além de camisetas com *slogans* provocativos e retratos dos artistas preferidos. As mulheres assumem novas responsabilidades sociais e querem ser donas de seu corpos.²¹⁷

A colunista descreveu as características dos trajes de gala apresentados pela *maison* francesa Dior²¹⁸. Os vestidos dispunham de uma variada gama de recortes e cores extravagantes. Além da influência africana, a moda sessentista utilizou de aspectos da arte contemporânea, como os traços de Mondrian, para compor os trajes.

A “cidade luz” sempre influenciou a moda. A ascensão do *ready to wear* estadunidense deu-se pela influência do desenho e estilo difundido pelos costureiros da Alta Costura. Desde 1914 as *maisons* francesas apresentavam seus modelos em grandes desfiles

²¹⁶ Jornal Folha do Norte – **Assuntos Femininos** –12.08.1967 – Edição 3043, p. 03. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²¹⁷ BOUCHER, François, op. cit., p. 413-414.

²¹⁸ Empresa francesa de vestuário criada por Christian Dior em 1947. Ver CHRISTIAN Dior. **The Metropolitan Museum of Art**, New York. 1996.

duas vezes por ano aos representantes têxteis e de vestuário estrangeiros. Esses escolhiam e compravam o direito de reproduzir as peças com preços mais baixos. De acordo com Lipovetsky tal atitude foi crucial para a internacionalização e democratização da moda, além de influenciar o gradual desaparecimento dos trajes regionais.²¹⁹

É possível afirmar, portanto, que as consumidoras feirenses poderiam identificar a influência da moda francesa nas peças vendidas pelas boutiques recém-inauguradas na cidade e que eram anunciadas pelos colunistas sociais. Seus estoques eram renovados a cada viagem empreendida ao sul do país e, por vezes, a Paris²²⁰ pelas suas respectivas proprietárias.

O crescimento do comércio e o incentivo ao consumo desenvolveram novos desejos vestimentares aos “endinheirados” da cidade e influenciaram o surgimento de empreendimentos comerciais no estilo boutique.

Sob a direção da elegante sra. Zauri Pitombo, instalou-se na sala 2, Galeria Caribé uma boutique para servir as elegantes da Feira de Santana.²²¹

Conforme Sant’Anna as boutiques são pequenas lojas de produtos selecionados, por vezes exclusivos e caros onde a decoração interna deve ser “requintada ou aconchegante” e o atendimento personalizado. Os produtos devem contemplar todo o traje – roupas e uma diversidade de acessórios – para atender por completo o desejo dos clientes.²²² Conforme as fontes jornalísticas, as proprietárias eram responsáveis pela gerência e compra do estoque, que em sua maioria era renovado duas vezes por ano. Dentre as mais conhecidas estavam a boutique *Deux Soeurs*, *Dengo Boutique*, *Margot Modas*, *Lindatex*, *Boutique Passarela e Confreitas*.

A publicidade desses estabelecimentos era feita através das propagandas nos jornais locais, mas a maior projeção era conferida com a inserção de seus nomes nas colunas sociais. Famosos cronistas sociais como Eme Portugal, Antônio José Laranjeiras e Cid Daltro anunciavam com frequência as novidades que cada loja dispunha e a elegância das suas proprietárias, consistindo numa maneira de atrelar o sucesso social de cada uma com as imagens das lojas, influenciando o consumo de mulheres que gostariam de parecer com elas no prestígio social que desfrutavam.

²¹⁹ LIPOVESTSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 83-85.

²²⁰ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** –14.09.1968 – Edição 3100, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²²¹ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** –10.01.1968 – Edição 3064, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²²² SANT’ANNA, Mara Rúbia, op. cit., p. 570.



Figura 11 – Senhora Ana Leonor Lacerda Barrêto.
Revista *Gente Importante* – 1966.

Ana Leonor Lacerda Barrêto

Ana Leonor Lacerda Barrêto, esposa do Sr. Antonio Alves Barrêto, funcionário do banco da Bahia S/A, nesta cidade. Nosinha é mãe extremosa de dois filhos, onde seu lar constitui o encanto maior da sua vida. É dama rotária, tomando parte ativa nas campanhas “Casa da Amizade”, demonstrando, assim, no seu sentimento de afetividade a vontade árdua em servir o próximo. Gosta de ambientes festivos, amando as coisas belas da vida.

Nas horas vagas, dedica-se à sua Boutique “confeccões Deux Soeurs” onde procura evidenciar o bom gosto da moda feminina.

Usa de quando em vez, modelos da extinta e famosa “Canadá Modas no Rio de Janeiro”. Na sua modéstia, enfim, acha que o “Colorido” faz parte da mulher moderna.

Leonor Barrêto era a proprietária da boutique *Deux Soeurs* e, no ano de 1966, teve seu perfil estampado na revista *Gente Importante* produzida pelo colunista Cid Daltro. A imagem foi seguida de um breve texto onde o colunista apresentou as características que, para ele, faziam dessa senhora uma figura de destaque na cidade.

A urgência em problematizar novos objetos e temas permitiu ao historiador (a) a ampliação do seu universo de fontes e o desenvolvimento de novas abordagens analíticas. Histórias foram descobertas, escritas e reescritas a partir de diários íntimos, da literatura, de jornais, revistas, da oralidade e da iconografia. Desde a metade do século XIX pesquisadores e pesquisadoras que se debruçam nos estudos da moda e aparência utilizavam as fotografias como fonte de conhecimento histórico. Elas podem revelar a materialização de um estilo de

vida, vestimentar e ideológico, flagrantes de momentos festivos ou melancólicos, além de mensagens codificadas.

Para Ana Maria Mauad Andrade, a fotografia pode nos revelar pistas sobre determinados fatos. Como produção humana possui caráter conotativo que remete às formas de ser e agir de um dado contexto e para perceber tais mensagens devemos inseri-la no contexto cultural em que foi produzida e entende-la como uma escolha efetuada de acordo com a visão de mundo de quem a produziu.²²³

A fotografia da senhora Leonor Barrêto divulgada pela revista *Gente Importante* possibilita inferir que os elementos da composição imagética foram dispostos para apresentar um modelo estético vigente na elite feirense. Como dito anteriormente, os personagens sociais homenageados pela revista eram fotografados no interior de suas residências ou no ambiente de trabalho. Na figura 11, podemos inferir que senhora Leonor foi fotografada tendo como cenário o interior da sua casa e ao fundo percebe-se um quadro de pintura clássica que remete a algum fato histórico.

Segundo Bourdieu, a aquisição e pertença de determinados objetos antigos ou obras de arte permite que o indivíduo construa uma “relação de familiaridade com as coisas do gosto”, além do sentimento de pertencimento a um “mundo” harmônico e belo, onde os participantes, unidos pelo gosto e simpatia semelhantes, terão as habilidades necessárias para entender e desfrutar desses objetos.²²⁴

A modelo apresenta-se com uma feição séria e contemplativa, seu rosto está levemente maquiado com o uso de *pan-cake* e de um batom de cor clara para realçar a luz nos lábios. A sobrancelha delineada aproxima-se da estética das atrizes do cinema norte-americano. Algumas mulheres descontentes com a aparência facial raspavam os pelos acima dos olhos e desenhavam a sobrancelha com um lápis no intuito de modificar o corpo e imitar o que estava em voga.

Dispensou o uso de adornos, o seu cabelo curto possuía leves ondulações e uma franja que caía sobre o rosto. A parte superior da vestimenta de cor clara possuía um recorte assimétrico onde os ombros ficavam expostos. Ao longo da peça pequenos apliques em formatos florais contrastavam com um detalhe central composto de pequenas contas de tonalidade escura. O uso de tal peça demonstra que a fotografada possuía afinidade com as tendências vestimentares lançadas pela *maison Dior* nos anos de 1960, permitindo-nos utilizar

²²³ ANDRADE, Ana Maria Mauad de Sousa. **Sob o signo da imagem.** A produção da fotografia e o controle dos códigos da representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX. 1990. 340 f. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 1990, p. 11.

²²⁴ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 75.

o pensamento de Simmel, para o período analisado, que nos diz que “a moda recente, compete em tudo apenas às classes superiores.”²²⁵

O material imagético que compunha as edições da revista *Gente Importante* tinha a intenção de apresentar o ideal societário feirense dos anos 1960. As características que cada indivíduo possuía tornava-o singular, por isto, distinto dos demais e importante perante o grupo. A imitação vestimentar é uma dessas características distintivas e, também, uma maneira de divulgar e garantir lucros a boutique *Deux Soeurs*, pois a clientela que se reconhecia afinada as novidades recorreria à loja para adquirir modelos como o que a senhora Leonor utilizou na fotografia.

O texto da publicação a apresentou como uma mulher de personalidade que cuidava amorosamente dos filhos e do marido, ajudava os necessitados em campanhas beneficentes e uma participante ativa dos acontecimentos do “*grand mond*” feirense. Segundo Carla Bassanezi Pinsky, a avaliação social feminina, nos anos de 1945 a 1964, baseou-se por sua condição de procriação e fidelidade. A família nuclear, composta por casal e filhos vivendo no mesmo teto era modelo dominante e a mulher deveria ser a “a rainha do lar”.²²⁶

Conforme o jornalista, a senhora Leonor possuía os atributos considerados ideais a uma mulher dos *Anos Dourados* e esses conferiam sucesso e realização a quem os possuía. Ademais, a exibição desse perfil serviu de modelo para que leitoras o tomassem como exemplo, pois segundo Simmel “a imitação de um modelo dado satisfaz a necessidade de apoio social”²²⁷ conduzindo o indivíduo ao trilha que todos percorrem.

Ainda, de acordo com a descrição, ela não se absteve dos cuidados domésticos, pois “nas horas vagas” dedicou-se a boutique para “evidenciar o bom gosto da moda feminina”. Atenta as novidades da moda, empreendeu viagens nacionais e internacionais para renovar o seu guarda-roupa e o estoque da loja, fato comumente divulgado pelas colunas sociais do período. Alguns de seus trajes foram adquiridos na *Canadá Modas*, loja carioca que importava e reproduzia os modelos da Alta Costura francesa, além de possuir uma marca própria, a *Estúdios Canadá*. Localizada numa área nobre do Rio de Janeiro, o estabelecimento contava com cinco andares, onde a clientela assistia aos desfiles de apresentação das novas

²²⁵ SIMMEL, George, op. cit., p. 28.

²²⁶ PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos Anos Dourados**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 210-211.

²²⁷ SIMMEL, George, op. cit. p. 25.

coleções, além de abrigar o ateliê das costureiras, o frigorífico das peles de animais e o escritório. Era considerada a “loja mais cara do Rio de Janeiro”.²²⁸

Ao expor sua predileção pela conhecida e afamada *Casa Canadá*, a “moderna” Leonor apresentou aquilo que Pierre Bourdieu rotulou de “expressão distintiva” de um lugar privilegiado no espaço social. Para o sociólogo, o indivíduo ao manifestar preferência por algo, inevitavelmente recusa e afasta-se de outros gostos. Determinadas escolhas estéticas, corporais e vestimentares são “oportunidades de experimentar ou afirmar a posição ocupada no espaço social como lugar a assegurar ou distanciamento a manter.”²²⁹ A personagem da revista *Gente Importante*, agiu de modo para distanciar-se daquilo que considerava comum ao conseguir trajar peças confeccionadas para poucos.

As boutiques locais buscavam sempre “lançar modas” e oferecer novidades aos consumidores. Com o objetivo de aumentar os lucros, apresentar as novas coleções e criar desejos de consumo produziam grandes desfiles que movimentavam a cidade. As manequins que participavam desses eventos eram jovens participantes do *high society* e conquistaram fama nos periódicos e crônicas sociais. Os clubes sociais como o *Feira Tênis Clube*, a *Sociedade Euterpe Feirense* e o *Clube de Campo Cajueiro* foram palco desses eventos que geralmente ocorriam em dias úteis, servindo de entretenimento para as senhoras e “senhorinhas” e locais para “ver e ser vista”.

Na década de 1960 foi inaugurado o *happy hour* intitulado “Tarde de Chá com Desfile de Modas” no *Clube de Campo Cajueiro*. As organizadoras do evento patrocinavam obras de caridade e vendiam os convites as senhoras da sociedade para fins filantrópicos.²³⁰ Conforme Sant’Anna essa prática contemplava o diálogo entre as elites, pois nesses eventos a virtude da caridade das patronesses era destacada nas colunas sociais, configurando na satisfação de um desejo.²³¹ Os desfiles eram vitrines de exibição do poder material, elegância e bom gosto dos presentes. Eram momentos onde o público consumidor conhecia as novas modas e modismos e, depois, dirigiam-se as lojas e boutiques para adquirir os trajes que, certamente, eram utilizados nos variados momentos festivos que movimentaram a “Princesa do Sertão” no período analisado.

Uma série de mudanças sociais modificou a sociedade ocidental a partir da década de 1960. Período conhecido como Contracultura onde movimentos como o feminismo, o

²²⁸ LOPES, Ana Claudia Lourenço Ferreira. **A Celeste Modas e as butiques de Copacabana nos anos 1950: distinção, modernidade e produção do *prêt-à-porter***. 2014. 193 f. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014, Rio de Janeiro, 2014, p. 49-51.

²²⁹ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 56-57.

²³⁰ FREITAS, José Francisco Brandão de op. cit., p. 120.

²³¹ SANT’ANNA, Mara Rúbia, op. cit., p. 568.

psicodelismo, os festivais de música, os movimentos estudantis e as comunidades hippies foram expressões e reações à opressão vivida nas sociedades ocidentais devido às guerras, ao capitalismo e a repressão sexual.²³²

Segundo Cidreira, os hippies foram personagens importantes nesse cenário e influenciaram a música, o vestuário e o comportamento de parte da juventude sessentista. Defendiam um estilo de vida baseado na inexistência de padrões hierárquicos de chefia ou governo e de toda forma de trabalho organizado, faziam uso de alucinógenos como maneira de romper os padrões existentes e defendiam um contexto social fundamentado no sentimento de pertencimento ao grupo e nos laços coletivos.²³³

No que concerne ao vestuário, durante esse período surgiram vários estilos vestimentares que exprimiram a nova realidade social, econômica e cultural. A cidade princesa não passou despercebida e, também, foi acometida pelos arroubos das novidades vestimentares e artísticas.

O jornalista feirense Franklin Machado ocupou uma de suas crônicas semanais para relatar “uma viagem de ônibus a cidade de Salvador”. Contou que entre as pessoas que ocupavam o veículo conheceu “uma moça bonita, de calças.” Conforme percorria o trajeto até a capital, ele e “a moça que é pintora” papeavam sobre “os tipos de viajantes e os temas líricos da viagem.” O jovem se animou, pois a conversa passou da “motivação ambiental para a pessoal”. Chegando ao destino final e “entusiasmadíssimo” ofereceu levá-la de táxi até em casa, porém “no banco traseiro, ousou convidá-la para lanchar e irmos a um cinema e... lá se foram os meus pobres vencimentos de jornalista.”²³⁴

A aparição da calça comprida no guarda-roupa feminino foi um acontecimento peculiar no mundo da moda e seu uso, conforme a crônica, causava curiosidade ao sexo oposto. O cronista, ao longo do texto, evidenciou, por diversas vezes, que a pintora bonita que viajava sozinha utilizava calças. Conforme Crane, a polêmica peça era utilizada no Extremo Oriente por homens e mulheres desde a Antiguidade e no Ocidente tornou-se símbolo da autoridade masculina.²³⁵

Ainda segundo a autora, mulheres do século XIX incorporaram itens do vestuário masculino, como gravatas, camisas, chapéus, paletós e coletes combinando-os com peças

²³² CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda nos anos 60/70. (Comportamento, aparência e estilo). **Recôncavos** - Revista Acadêmica do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, v. 2, p. 35-44, 2008. Disponível em <http://www2.ufrb.edu.br/edicoes/n02/pdf/Renata.pdf>. Acesso em 03 jul. 2015.

²³³ CIDREIRA, Renata Pitombo, op. cit.

²³⁴ MACHADO, Franklin. **108 km., 2,30 horas, 38 graus**. Jornal Folha do Norte – 26.03.1966 – Edição 2971, p. 06. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²³⁵ BOUCHER, François, op. cit., p. 417.

femininas. Entretanto o uso de calças consistiu num grande “desafio simbólico” numa época onde a ideologia dominante estabeleceu identidades de gênero fixas e diferenças físicas, psicológicas e intelectuais entre homens e mulheres.²³⁶

Nos Estados Unidos, em 1850, Amelia Bloomer criou uma peça que consistia numa saia curta sobre uma calça turca volumosa. O novo traje, considerado inadequado, difundiu-se pela Inglaterra e de maneira tímida na França, sendo o seu uso restrito aos banhos de mar, aulas de ginástica e prática de esportes. Entretanto, mulheres das classes operárias e camponesas, lugares considerados “invisíveis” utilizavam calças compridas – sem a saia – como peça do uniforme de trabalho.²³⁷

No século XX, o tabu que cercou seu uso por mulheres foi superado. Igualmente, essa mudança foi percebida inicialmente nos espaços da “subcultura da boemia urbana” francesa. Em 1920, Coco Chanel tentou popularizar seu uso entre as francesas das classes média e alta, porém não obteve sucesso. Durante a Segunda Guerra, as calças foram utilizadas com frequência por mulheres que não dispunham de novos modelos vestimentares e nos anos de 1950 passaram a ser aceitáveis para a vida urbana francesa, inglesa e estadunidense.²³⁸ Ao final dos anos 60, estimou-se que as indústrias de vestuário da França fabricaram mais calças do que saias²³⁹ apontando que a inserção feminina em novos postos de trabalho e a recusa ao modelo de identidade de gênero baseado nas roupas influenciaram modificações na imagem da mulher.

A partir de 1930, os filmes hollywoodianos passaram a retratar heroínas fortes e que faziam o uso de calças compridas. A atriz alemã Marlene Dietrich popularizou a peça que fez parte do visual vestimentar da protagonista Amy Jolly do filme *Marrocos*. A atriz Katherine Hepburn utilizava as calças compridas comumente nas suas atividades diárias. O cinema como divulgador de modas e modismos permitiu o contato das brasileiras com a novidade e, paulatinamente, incorporaram a peça na composição dos trajes.

Daí podemos inferir que o uso de calças compridas pelas feirenses foi observado com cautela pelos setores mais conservadores da cidade de Feira de Santana. Abaixo, a quantificação e descrição dos trajes utilizados pelas mulheres da elite local que tiveram suas fotografias publicadas na revista *Gente Importante* nos anos de 1966 e 1967.

²³⁶ CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora SENAC. São Paulo, 2006, p. 228-255.

²³⁷ CRANE, Diana, op. cit., loc. cit.

²³⁸ Ibidem, p. 256-258.

²³⁹ BOUCHER, François, op. cit., loc. cit.

TABELA 1 - Fotografias femininas publicadas na revista *Gente Importante*

ANO	MULHERES TRAJANDO VESTIDOS	MULHERES TRAJANDO CONJUNTO COMPOSTO POR BLAZER E SAIA	OUTROS
1966	6	0	4
1967	10	2	3
TOTAL	16	2	7

Fonte: Revista *Gente Importante*

Conforme os dados da Tabela 1 das vinte e três mulheres da alta sociedade que tiveram suas imagens publicadas na revista *Gente Importante*, dezesseis utilizavam vestidos de comprimento longo ou na altura do joelho e duas vestiam um conjunto composto por blazer e saia de corte reto e comprimento midi. As outras sete mulheres foram fotografadas em poses que apresentavam apenas a parte superior dos seus corpos impossibilitando conferir o restante do traje. Desta forma, a calça comprida não fazia parte do código vestimentar utilizado no espaço público pelas mulheres que faziam parte da “boa sociedade” feirense, sendo uma peça característica do vestuário masculino. Já os textos apresentados no jornal *Folha do Norte* nas colunas *No mundo da moda* e *Assuntos Femininos* não apresentaram descrições ou qualquer comentário que tratasse da incorporação da calça ao guarda-roupa feminino.

As feirenses que utilizavam calças compridas na década de 1960 eram vistas como transgressoras sociais ao cruzar as fronteiras de gênero e rompendo um tradicionalismo familiar. O comportamento não-verbal da “pintora que usa calças” chamou a atenção do cronista Franklin Machado, que, ao convidá-la para um passeio e encontro mais íntimo assim que chegaram a cidade de Salvador, caracteriza que o mesmo, certamente associou sua imagem a de uma mulher moderna e sem pudores devido ao uso de uma peça característica do vestuário masculino.

3.3 – A IMAGEM DO HOMEM MODERNO

Minha terra é um vaqueirinho vestido de couro. As calças de couro cobrindo as listradas, o parapeito e o jaleco, o chapéu enfeitado de linha vermelha... O menino já anda com a faca na cinta. [...] Tem pistola porque tange o comboio. Minha terra não é moça. Minha terra é menino.²⁴⁰

O excerto destacado, escrito na década de 1920, apresenta-nos a construção poética de uma identidade masculina atribuída à cidade de Feira de Santana. Eurico Alves Boaventura, escritor que tinha como tema recorrente a urbe feirense, apresenta-nos a sua terra sexualmente afirmada na figura de um pequeno vaqueiro que veste uma indumentária composta por artigos confeccionados em couro que tinha por função proteger os homens das intempéries encontradas no território sertanejo. Tal vestimenta remete ao conjunto de atributos sociais e culturais associados ao gênero masculino nos anos iniciais da República: forte, viril e protetor.

A remodelação do espaço público e a materialização do progresso exigiram uma mudança gradativa na aparência dos personagens que compunham o espaço citadino. O historiador Kleber Simões atentou que a partir de 1916 as autoridades locais passaram a estranhar comportamentos considerados “incivilizados” e dispunham de órgãos da imprensa, além do Código de Posturas para normatizar e legitimar os novos modelos sociais. Para o autor, nesse momento houve a construção de um modelo de masculinidade do homem feirense baseado em padrões socioeconômicos e culturais referentes ao moderno.²⁴¹ Desse modo, a imprensa propalava um ideal masculino afastado das figuras discordantes de tipos como o vaqueiro, o boiadeiro e o magarefe²⁴². O moderno homem feirense deveria se ajustar ao novo, ao consumismo, ao refinamento dos gestos e do trato a aparência.

Nos *Anos Dourados* os novos equipamentos públicos e consolidação do progresso proporcionaram aos homens da cidade diversas experiências de sociabilidades, visibilidade e movimento. Desse modo, o jornal *Folha do Norte* e a revista *Gente Importante* foram utilizados como dispositivos de construção e normatização social, posto que, numa cidade que se deseja culta, os indivíduos deveriam evitar comportamentos antimodernos e anticivilizados. A publicidade dirigida a esse público criou desejos de consumo atribuindo sucesso pessoal e profissional aqueles que se valessem das últimas tendências da moda e cosmética. Aos poucos, a metáfora do vaqueiro impetuoso perdeu-se na poeira do homem de negócios que cuidava da aparência, do refinamento das maneiras e do bom gosto.

²⁴⁰ Arco e Flexa, Salvador, 2/3: 17-18, dezembro de 1928, janeiro de 1929.

²⁴¹ SIMÕES, Kleber, op. cit. 69.

²⁴² Açougueiro.

Ser mulher e ser homem são categorias socialmente construídas e como nos diz Maria Lúcia Rocha-Coutinho, o ser mulher, da mesma forma que o ser homem, é o efeito de uma embaraçada rede de significações sociais.²⁴³ Desse modo, o esforço desenvolvido por pesquisadores de diversas áreas do saber que escolheram a mulher e/ou o homem como objeto de estudo demonstrou a consciência de que os processos sociais e culturais são extremamente complexos. Além disso, permitiram a utilização de novos métodos de pesquisa e, segundo Tilly, possibilitou a expansão da compreensão de fatos históricos e o desenvolvimento dos nossos conhecimentos.²⁴⁴

Os Estudos da Mulher possibilitaram o surgimento dos Estudos de Gênero.²⁴⁵ O termo gênero foi utilizado inicialmente nos anos 70 do século XX entre as feministas norte-americanas para teorizar a questão da diferença sexual. Os Estudos de Gênero possibilitam analisar como todas as instituições sociais, econômicas e políticas são influenciadas, direta ou indiretamente, pelos estereótipos acerca de homens e mulheres.

No Brasil o uso da categoria gênero começou de maneira tímida quando em 1989 a *Revista Brasileira de História* lançou no fascículo “A mulher no espaço público” um olhar ao objeto “Mulher”. A introdução da discussão teórico-metodológica de gênero ocorreu na década de 1990 com a tradução do texto *Gênero: uma categoria útil para análise histórica* da historiadora Joan Scott. Esse texto impulsionou os estudos sobre o tema em terras brasileiras e as observações de Scott permitiram problematizar as questões do feminino com outros temas, como raça, classe, etnia e sexo. A autora define o conceito de gênero de duas maneiras distintas que estão interligadas: [...] (1) o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e (2) o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder.²⁴⁶

Conforme proposto por Joan Scott, o gênero é um conceito de análise para identificar as construções culturais acerca de homens e mulheres, influenciando diretamente ideias sobre esses papéis. Ainda, segundo a autora, o gênero é uma característica primária de relações significantes de poder, desse modo, está presente em todas as dimensões da vida social e

²⁴³ ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. **Tecendo por trás dos panos: a mulher brasileira nas relações familiares**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 17.

²⁴⁴ TILLY, Louise A. **Gênero, História das Mulheres e História Social**. Cadernos Pagu, n. 3, 1994, p. 29-62. Disponível em <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=51008>>. Acesso em 19 de ago. de 2014.

²⁴⁵ Ibidem, p. 42.

²⁴⁶ SCOTT, Joan Wallach. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica** Educação e Realidade. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez, 1995, p. 71-99. Disponível em <<http://sistema.clam.org.br/biblioteca/files/Genero%20-%20Joan%20Scott%5B1%5D.pdf>> Acesso em: 19 de ago. de 2014, p. 86.

podendo ser adotada em diversos campos do conhecimento, inclusive no campo da moda, vestuário e aparência.²⁴⁷

A autora ainda nos fornece aparato para analisar o papel da mídia na construção dos lugares sociais femininos e masculinos, quando nos diz que a mesma é uma dimensão organizacional, pois traduz o mundo simbólico em normas e valores, mobilizando o desejo do público – nesse caso o leitor - para certos modos de pensamento, comportamento e modelos que servem para a construção ou desconstrução dos valores tradicionais e dominantes. Ela é uma instituição social que reflete os conceitos e as ideias que estão inseridas no cotidiano social, produzindo discursos que fazem parte do imaginário coletivo, permeando e invadindo as nossas vidas, na medida em que existe um transbordamento de um mundo midiático, deixando transparecer uma nova forma de percepção e interpretação da realidade.²⁴⁸ Por conseguinte, as relações de gênero são determinadas pelo contexto cultural, social, econômico e político no qual o sujeito está inserido, é algo construído historicamente, por isso é mutável.

Segundo Arend e Voks, os estudos de gênero referentes ao masculino demonstram que não existe uma masculinidade, pois esta noção é construída socialmente e em dados momentos da História adquirem novos significados devido à inserção dos homens em diferentes processos sociais, políticos, econômicos e culturais.²⁴⁹ Desse modo, utilizaremos as ideias de Iole Macedo Vanin acerca do conceito de masculinidade, que o compreende como “um conjunto de atributos culturais e sociais associados ao sexo masculino, cuja aplicabilidade é influenciada por categorias como classe, geração, etnias, religião, grau de escolaridade, de acordo com o contexto que está inserida.”²⁵⁰

No Brasil, logo após a Segunda Guerra Mundial, as mulheres passaram a aparecer na imprensa por toda parte. Segundo Susan Besse, a importância dada ao feminino nos veículos midiáticos refletia, por um lado, mudanças nos papéis das mulheres e expectativas oriundas da rápida expansão da economia urbano-industrial do decorrer do pós-guerra²⁵¹. Por outro lado, a obsessão com os papéis, comportamento e consciência das mulheres e dos homens era reflexo de ansiedades profundas difundidas entre as elites urbanas ascendentes.

²⁴⁷ SCOTT, Joan Wallach, op. cit., loc. cit.

²⁴⁸ Idem.

²⁴⁹ AREND, Silvia Maria Fávero e VOKS, Douglas Josiel. **Revista Veja, masculinidades e consumo (década de 1970)**. História Revista – Revista da faculdade de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, v. 19, n. 2, 2014, p. 77-101. Disponível em <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/historia/article/view/32121/18614>>. Acesso em 28 de mai. de 2015.

²⁵⁰ VANNIN, Iole Macedo. **Educando “Machos”, Formando Homens: o Ginásio /Seminário São Bernardo**. Dissertação (Mestrado em História). Salvador: UFBA, 2002. p. 17

²⁵¹ BESSE, Susan, op. cit., p. 02-03.

Nos Estados Unidos, a figura masculina viveu um momento de crise pós Segunda Guerra: o *american way of life* repreendeu a figura do cowboy e trouxe à tona a representação de homens e mulheres conscientes das instituições estatais e de vida de classe média. Conforme Klanovicz, imprensa e cinema apresentaram a sociedade estadunidense à identidade do homem provedor, de classe média que reside nos subúrbios como a nova imagem masculina²⁵².

No Brasil, a imprensa também apresentou as representações dos ideais de masculinidades e feminilidades, sendo que na cidade de Feira de Santana, o jornal *Folha do Norte* fora incumbido de tal tarefa. A partir da análise de todo o material divulgado entre as décadas de 1950 até 1960 percebemos a desproporcionalidade do material produzido e publicado para as mulheres e para os homens. Ao longo da década de 1950 existiram as seções *Como cuidar do bebê*, *Conselhos de beleza*, *Especial para a mulher*, *No mundo da moda* e *Conselhos para o lar*, apresentando textos que ajudavam a compor as imagens de uma mulher que se quer ideal na moderna Feira de Santana dos anos dourados. Já os homens eram representados através de crônicas, anúncios e notas em colunas sociais.

Na edição de 07 de junho de 1958 da *Folha do Norte*, o colunista social Eme Portugal apresentou as “senhorinhas” uma lista contendo o nome, o sobrenome e ocupação dos “maiores partidos”, solteiros da cidade.

Conforme prometi, aqui está, para contentamento das jovens que aspiram fazer um bom casamento, a lista dos maiores partidos de Feira:

Luís Falcão (na intimidade Lulú). Proprietário de imóveis nesta cidade e em Salvador. Fazendeiro, sócio da Casa Império. Filho de João Marinho Falcão. Promete casar nos próximos dois anos.

Antonio Araújo (na intimidade Maneco). Tabelião, vereador, rotariano, fazendeiro e proprietário de imóveis nesta cidade. Promete casar no próximo ano. Já tem em mãos o projeto de uma belíssima casa funcional a ser construída na Rua Barão do Rio Branco, onde irá residir. Pretende casar no máximo até 1960.

Francisco Pinto (na intimidade Chico). Advogado, político, fazendeiro, e proprietário de imóveis nesta cidade. Como Antonio Araújo, tem planos para casamento também no próximo ano.

Pedro Carneiro Neto (na intimidade, Carlito). Possui fazendas nos Municípios de Feira e Itaberaba e vários prédios de aluguel aqui em Feira. Promete casar nos próximos dois anos.

Florisvaldo Albuquerque (na intimidade, Florí). Grande proprietário de imóveis em Feira, bastante dinheiro nos Bancos. Tem cadilaque. Veraneia todos os anos em Araxá ou Poços de Caldas. Promete casar, no máximo, até 31 de dezembro.

Renato Teixeira (na intimidade, Renatinho). Comerciante de combustíveis – proprietário nesta cidade e em Santo Amaro – Lions. Grande simpatia.

Carlos Cerqueira (Carlinhos) fazendeiro, comerciante e proprietário. Está louco para casar.

José Maria Vieira (Zé...) próspero negociante, fazendeiro. Boa praça.

José Sarks – fazendeiro, negociante. Muita juventude. Só fala em casamento.

²⁵² KLANOVICZ, Luciana Rosar Fornazari. **Corpos masculinos na revista *O Cruzeiro***. Revista Unisinos, São Leopoldo, v. 13, n. 2, mai/ago., 2008, p. 168-179. Disponível em <revistas.unisinos.br/index.php/historia/article/view/5085/2345>. Acesso em 28 de mai. de 2015.

? – Grande fazendeiro, proprietário nesta cidade. Milionário.²⁵³

Na lista produzida pelo colunista social, encontramos os nomes de alguns dos homens mais conhecidos de Feira de Santana em 1958. De acordo com o texto a fama desses dez “caixas altas” deu-se por possuírem atributos materiais e determinado *status* dentro da sociedade, características essenciais para a nova identidade masculina gestada pela modernidade feirense. Essas características eram observadas pelas moças da elite que procuravam fazer um bom casamento.

O autor realça o apelido dos rapazes, passando uma ideia de intimidade para com as moças, da mesma forma com os seus sobrenomes, atestando que todos pertencem a famílias de prestígio no meio social. Possuir um carro, como o citado Florisvaldo Albuquerque, confere *status* aos rapazes do período analisado, pois aponta o afastamento desses para com a figura do vaqueiro que utilizava como meio de transporte o cavalo ou carro de boi, demonstrando elevado nível social, além de representante da modernidade.

A construção de um modelo de masculinidade moderna representou a exclusão e marginalização de indivíduos que não possuíam determinadas características consideradas ideais por parte da sociedade feirense. Num cenário como o exposto e conforme as ideias de Pierre Bourdieu, o homem torna-se vítima e prisioneiro dentro de um processo de socialização que o obriga a se portar de acordo com determinados valores e práticas.²⁵⁴

Destacar as condições profissionais e econômicas deve-se às possibilidades do homem manter uma família, pois de preferência, a mulher não deveria trabalhar com fins econômicos, para assim se dedicar exclusivamente ao lar. O ideal é que os recursos do marido fossem suficientes para sustentá-la. Dos dez perfis apresentados, apenas dois homens – Florisvaldo Albuquerque e Renato Teixeira – não possuíam fazendas. Possuir uma porção de terra ou uma fazenda consistia numa forma de distinção social, símbolo de poder e riqueza, demonstrando que esse indivíduo pertencia a alguma das famílias abastadas da cidade. Apesar da construção do modelo de um novo homem burguês feirense que se afastasse de comportamentos incivilizados e da aparência do vaqueiro, percebemos a permanência de aspectos da “civilização do couro” que ainda rendia grandes lucros aos fazendeiros.

No texto, o colunista acentuou que esses homens, apesar do sucesso profissional e financeiro, ainda estavam buscando um relacionamento socialmente aceitável, a partir do casamento. Conforme Bassanezi, as particularidades valorizadas na reprodução/construção

²⁵³ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 07.06.1958 – Edição 2552, p. 06. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁵⁴ BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

dos ideais dominantes do candidato a marido estão ligadas à estruturação de relacionamentos estáveis.²⁵⁵

Para o periódico, o moço com boas intenções, o “boa praça” e com muito dinheiro é um “bom partido”. Durante o século XX existiram determinantes socioeconômicos e pessoais para a escolha do marido: classe social que conferia status, em seguida o tipo de religião que era muito recomendada para a preservação da fé, pois garantia a transmissão da mesma entre as gerações, conferia integridade e concordância dos grupos religiosos.²⁵⁶

Os cuidados com a aparência e com o vestuário eram incentivados pelo periódico. Os anúncios de lojas de vestuário masculino agiam de maneira a criar o desejo de moda nesse público. A escolha do traje correto reforçava a ideia de que a segurança e sedução transmitiam-se pelo bem vestir.



Figura 12 – Propaganda do terno *Imperial Extra*.
Jornal *Folha do Norte* – 08/07/1956.

A figura 12 consiste num dos vários anúncios publicados na *Folha do Norte* da *Casa Armando*, loja famosa por seu sortido estoque de produtos do universo vestimentar masculino. A propaganda apresenta as especificações de um produto confeccionado com esmero e que

²⁵⁵ BASSANEZI, Carla Silvia Beozzo. **Virando as páginas, revendo as mulheres:** revistas femininas e relações homem-mulher 1945-1964. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996, p. 114.

²⁵⁶ AZEVEDO, Thales de. **As regras do namoro a antiga:** aproximações socioculturais. São Paulo: Ática, 1986, p. 54-56.

seguiu as tendências da moda para homens dos anos 50. Ao se referir à mercadoria, o autor do texto fez uso constante de adjetivos que remetem as ideias de novidade e refinamento.

O terno utilizado pelo moderno homem feirense deveria estar ajustado as linhas do corpo e ter corte impecável. A expressão terno refere-se ao conjunto de três peças: o paletó, o colete e a calça. Entretanto, percebemos que muitos dos homens da urbe feirense, abandonaram o uso do colete desde os anos iniciais do século XX. Posto isto, chamaremos de terno o uso do conjunto composto pelo paletó, camisa e calça.

Conforme Crane, as medidas apropriadas para cada detalhe da peça surgiram no final do século XIX, demonstrando a existência de regras rígidas para sua confecção e uso. As lapelas devem ter 9 centímetros; as fendas dos paletós, de 18 a 21 centímetros e as bainhas das calças, de 4 a 4,5 centímetros.²⁵⁷

Na Tabela a seguir temos a quantificação e descrição das imagens masculinas publicadas revista *Gente Importante* durante os anos de 1966 e 1967. Dentre esse conjunto de documentos podemos perceber o tipo de vestuário e atenção dada ao uso de trajes formais.

TABELA 2 - Fotografias masculinas publicadas na revista *Gente Importante*.

ANO	HOMENS TRAJADOS DE PALETÓS, CAMISAS DE TECIDO, GRAVATAS E CALÇAS DE TECIDO	HOMENS TRAJADOS COM CAMISAS DE MANGAS COMPRIDAS, GRAVATAS E CALÇAS DE TECIDO	HOMENS TRAJADOS DE CAMISAS DE TECIDO DE MANGAS CURTAS E CALÇAS DE TECIDO	OUTROS
1966	4	2	4	1
1967	13	0	3	1
TOTAL	17	2	7	2

Fonte: Revista *Gente Importante*

A partir da análise das imagens percebemos que a paleta de cores dos tecidos é restrita – azul marinho, preto, grafite e o risca de giz. Dos vinte e seis homens fotografados apenas dois utilizavam ternos de cores claras – a revista *Gente Importante* publicava imagens em

²⁵⁷ CRANE, Diana, op. cit., p. 340-341

preto e branco dificultando a precisão de detalhes em relação às cores desses dois trajés.²⁵⁸ Conforme tipologia criada por Crane para identificar os usos do vestuário masculino, percebemos que os feirenses se apropriavam dos trajés de maneira convencional, utilizando “itens de fontes diferentes, [...] identificando com alguma subcultura, gênero de cultura popular, estilo de vida ou tendência de moda.”²⁵⁹

As formas básicas do vestuário masculino criadas durante a década de 1930 persistiram até os anos 1950-1960. Os anos 30 foram o momento de construção dos alicerces do bom gosto masculino em relação ao vestuário.²⁶⁰ As imagens nos ajudaram a perceber que o uso do terno denotava as distinções sociais e profissionais. Esse, geralmente era utilizado por indivíduos que atuavam nas áreas do Direito, finanças e administração, em detrimento dos trabalhadores considerados de menor prestígio, como operários, vaqueiros, magarefes e feirantes que utilizavam vestes profissionais que indicavam o *status* social de cada um.

Nos anos dourados, os modelos de comportamento na área do vestuário para os feirenses eram as estrelas do cinema, como Alain Delon, Rock Hudson, Richard Burton, Steve Reeves, Paul Newman, John Wayne, Marlon Brandon, entre outros. Em sua maioria, a identidade vestimentar masculina apresentada na grande tela era de uma composição clássica e conservadora. Conforme Freitas, o grande público era atraído às sessões fílmicas dos cinemas da cidade para apreciar a atuação desses atores.²⁶¹

A partir da década de 1960, a partir dos anúncios veiculados pela *Folha do Norte*, percebemos as tentativas de mudanças na composição do traje, sugerindo a influência de valores representados nas atividades de lazer e expressos pela cultura popular.

LOJA LIBANESA

Acaba de receber Calça *Calhambeque* a partir dos números 36 a 38 por Cr\$ 7.000; de 40 a 44 Cr\$ 8.000. Consulte os preços para revendedores.²⁶²

O anúncio da *Loja Libanesa* informa a clientela que possui em seu estoque as calças da marca *Calhambeque* que tinha como garoto propaganda o cantor Roberto Carlos, um dos principais ídolos da música brasileira e apresentador de um programa televisivo chamado *Jovem Guarda* que deu origem ao movimento musical de mesmo nome e influenciou a moda, o comportamento e a linguagem de parte da juventude brasileira. Em “brilhante apresentação”

²⁵⁸ DALTRO, Cid. **Gente Importante**. 1967. Edição 02. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁵⁹ CRANE, Diana, op. cit., p. 355.

²⁶⁰ Ibidem, p. 342.

²⁶¹ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 39.

²⁶² Jornal Folha do Norte – 22.10.1966 – Edição 3001, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁶³ feita na cidade o cantor juntamente com “Wanderley Cardoso, Wanderlea e a louríssima Rosemary [...] que abafou com sua simpatia” ²⁶⁴ apresentou ao público que compareceu ao *Clube de Campo Cajueiro* as canções do primeiro movimento que pôs a música brasileira em sintonia com o rock.

Diana Crane aponta que no pós Segunda Guerra houve uma estreita ligação entre a mídia e a disseminação de alguns estilos de vestuário. Esses estilos foram rapidamente assimilados pelas indústrias midiáticas e de confecção e comercializados em uma cultura de consumo desenvolvida.²⁶⁵ Novos estilos vestimentares oriundos de subculturas musicais tem curta duração e podem ser utilizados como forma de rebeldia em face da cultura dominante ou como modo distinção, onde o indivíduo ao possuir determinado bem, demonstra que é conhecedor daquilo que é novidade.

A partir da década de 1960 um homem influenciou o mercado da moda masculina feirense: o alfaiate Armando Oliveira considerado “uma brasa mora” ²⁶⁶, dono da loja de vestuário “de vanguarda” *Confreitas*. Figura recorrente das colunas sociais, o alfaiate lançou tendências de vestuário masculino dentro e fora da cidade, como a calça Pampalon “que é uma calça de duas cores como Roberto Carlos usa” ²⁶⁷ e “teve grande aceitação principalmente pela juventude.” ²⁶⁸ O sucesso alcançado pelo modista ocorreu por suas peças estarem sincronizadas com a cultura de mídia expressada no cinema, na música popular e na televisão.

Conforme Freitas, o alfaiate foi pioneiro ao lançar o primeiro desfile de moda masculina na cidade, apresentando um vestuário inspirado na moda inglesa e que foram adaptados ao gosto e necessidade do consumidor baiano. Numa atitude ousada para a época levou a público um jovem modelo que usava uma minissaia e um blazer, porém o traje não teve o alcance popular e comercial desejado, sendo rejeitado como traje a ser utilizado fora das ruas pelo homem feirense.²⁶⁹ O ato de travestir o corpo masculino com uma peça de roupa feminina não era bem visto na cidade e consistiu num desrespeito a parte dos espectadores do evento.

²⁶³ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 05.04.1966 – Edição 2972, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁶⁴ Idem.

²⁶⁵ CRANE, Diana, op. cit., p. 361-362.

²⁶⁶ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – por Cid Daltro – 27.08.1966 – Edição 2993, p. 04. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁶⁷ Jornal Folha do Norte – **Machadadas**– 07.05.1966 – Edição 2977, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁶⁸ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – por Cid Daltro - 05.06.1966 – Edição 2982, p. 02. MSC/CENEF.

²⁶⁹ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 120-121.

O território da aparência compõe-se um dos mais importantes e complexos instrumentos da representação das sociabilidades de mulheres e homens. A boa aparência masculina, nesse momento, tornou-se desejada mediante a consolidação da feminização da cidade, solicitando desses a adequação aos novos tempos de individualismo e consumismo.

A redefinição do arquétipo masculino na progressista Feira de Santana baseou-se em determinadas medidas de higiene. A *Folha do Norte* destacou um longo debate, através de textos, crônicas e anúncios sobre o uso de barbas e bigodes.

[...] Além do ponto de vista das inutilidades, o bigode é, como sempre foi, um objeto anti-higiênico. Se o camarada toma um café, um leite, um mingau ou come cangica, lá vai o bigode participando desastrosamente, numa meleira indesejável; se o sujeito, numa fase de gripe, assoa o nariz, fatalmente o bigode chafurdado na goma arábica nasal; se o mesmo sujeito adota o vício especial de usar tabaco, rapé ou qualquer espécie de torrado, o bigode fica tal e qual uma vassoura que tivesse varrido um montão de terra.²⁷⁰

O autor destaca que o bigode – e a barba – é algo indesejado, pois além de demonstrar falta de asseio, atrapalhará o homem em suas investidas para com o sexo oposto. Nos anos 50 e 60, o bigode e a barba não mais são considerados como requisitos de elegância e de respeito para quem os conserva.



Figura 13– Propaganda da lâmina de barbear *Gillette*.
Jornal *Folha do Norte* – 22/03/1958.

O anúncio do aparelho de barbear descreve o homem barbado como um indivíduo desleixado e por tal aparência inspira desconfiança no sexo oposto. O sucesso da conquista sentimental estava atrelado a uma barba aparada com esmero. O cabelo do homem moderno também ganhou atenção especial e deviam ser exibidos sempre bem cortados e tratados, evitando a permanência de cabelos brancos, pois “as atribuições sociais e o problema do

²⁷⁰ CARVALHO, Anacleto. **Olá, bigodes.** Jornal *Folha do Norte* – 27.06.1953 – Edição 2294, p. 03. . Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

ganha pão de cada dia obrigam os indivíduos a procurar no recurso de tinturas a solução, embora ilusória e passageira, o problema da canície.”²⁷¹

Segundo Lipovetsky, um dos objetivos da publicidade é produzir a necessidade de consumo no homem “tal como ele é”, além de humanizar as marcas, seduzindo o consumidor a explorar um universo de fantasia e sucesso.²⁷² A campanha da lâmina de barbear foi direcionada ao homem comum, criando nele o desejo da mudança, pois, com uma boa aparência, certamente, conseguiria o sucesso na conquista amorosa.

O indivíduo que não perseguia a moda era considerado avesso às mudanças e aos novos papéis sociais estabelecidos pela modernidade. Por conseguinte, o cuidado com a aparência estabeleceu-se como uma das principais demonstrações desse novo modelo masculino feirense em sintonia com os novos tempos. A masculinidade veiculada pelos impressos analisados exigiu que os homens reproduzissem o comportamento fomentado pelas elites caracterizado por ideais de poder físico, conquistas profissionais e papéis familiares patriarcais.

Nas décadas analisadas, percebemos que heteronormatividade e a virilidade constituíam-se como regra no periódico. As mudanças na aparência e o refinamento nas atitudes deveriam estar unidas ao vigor físico e sexual do homem feirense. Esperava-se dos homens o casamento para a constituição de uma família e que esse tivesse condições financeiras para o sustento da mesma, além disso, deveria possuir uma conduta ilibada e professar alguma religião.

Os cuidados com a aparência e com o corpo legitimaram um discurso que acentuou as diferenças de classe, dado que ao possuir riqueza material, o homem poderia dispor dos melhores produtos de beleza e de vestuário a fim de cuidar das características físicas, demonstrando afinidade com o novo discurso proferido e apresentado pelas elites intelectual e econômica de Feira de Santana e distanciando-se dos tipos considerados destoantes da cidade progresso.

²⁷¹ Jornal Folha do Norte – **Conselhos de Beleza** – 10.03.1951 – Edição 2174, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁷² LIPOVETSKY, Gilles, op. cit., p. 217-217.

CAPÍTULO 4 – “NA ÉPOCA DA TELEVISÃO E DA BOMBA ATÔMICA NINGUÉM QUER SER FEIO OU VELHO”

4.1 - O CORPO COMO OBJETO DE DISTINÇÃO SOCIAL

Numa sociedade onde a aparência constituiu-se num dos instrumentos de diferenciação entre as classes sociais, o cuidado com o corpo expressava a competência no trabalho individual para consigo e a busca de uma beleza que significava sucesso, prosperidade e superioridade. Conforme Roy Porter, devemos encarar o corpo como um conjunto mediado por sistemas culturais. Posto isto, o período histórico, a classe, as sociedades e a cultura influenciam a construção corpórea dos indivíduos, pois são elementos repletos de significados.²⁷³

A imprensa, o cinema e a televisão disseminaram modas e modos. Esses meios de comunicação popularizaram receitas e dicas de beleza que ajudaram o espectador a reinventar seu corpo através de tratamentos estéticos, regimes alimentares e do uso de cosméticos. Desse modo, o indivíduo transformaria sua personalidade e corpo em favor de um ideal construído por outrem.

Para David Le Breton, o corpo é uma forma de apresentação de si, por isso somos convidados a construí-lo e remodelá-lo tal qual um rascunho, ocultando as imperfeições e a velhice, mantendo a sua saúde e uma boa aparência com o intuito de obter uma avaliação positiva dos demais.²⁷⁴

A socióloga Ana Lúcia de Castro apontou, ao longo do século XX, quatro momentos cruciais na formulação de um novo ideal físico. Durante a movimentada década de 20, devido ao crescimento urbano e industrial, consolidou-se a vitória do corpo magro sobre o gordo, motivado pelo impacto das indústrias de cosmético, da publicidade, da moda e da cinematografia. Nesse momento, ocorreu o advento da dieta como maneira de emagrecimento e regulação da saúde.²⁷⁵

Nos anos 50 ocorreu a “revolução do veraneio” que, segundo a autora, consistiu na popularização do acesso às praias e aos campings, permitindo uma maior exposição corpórea em espaços públicos. Com isto, houve a disseminação das práticas de higiene, beleza e

²⁷³ PORTER, Roy. História do corpo. In: Burke, Peter (org). **A Escrita da História**. SP: Unesp, 1992, p. 310.

²⁷⁴ LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. Campinas, SP: Papyrus, 2003, p. 30-31.

²⁷⁵ CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. 2001. 186 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2001, p. 15-16.

esportes com intuito de transformar a aparência física dos indivíduos. A partir de 1960, o ideal de corpo difundido era o de aparência jovial e local “da transgressão, do delírio e do transe”, mediante a difusão da pílula anticoncepcional, da revolução sexual e dos movimentos da contracultura. Na década de 1980 surgiu a chamada “geração saúde” – grupo de indivíduos que praticavam exercícios regularmente, eram contrários ao uso de drogas, defensores da ecologia, do naturalismo e do sexo seguro.²⁷⁶

A modernidade urbana também atingiu o estilo de vida de parte dos cidadãos feirenses, interferindo na maneira como esses cuidavam do físico e da aparência. Michel Foucault afirmou que o advento da modernidade construiu uma nova forma de poder, que, estava presente no cotidiano e desempenhou um rígido controle, docilidade e utilidade dos corpos. Essa disciplina deve controlar minuciosamente as operações corpóreas – gestos, movimentos, atitude e rapidez – e mantê-las ao nível mecânico. Na sociedade capitalista, a partir do século XVIII, a disciplina foi associada à medicina como maneira de disciplinar o corpo para ser explorado nos campos de trabalho e gerar rentabilidade.²⁷⁷

Sendo a rua o local de “ver e ser visto”, apresentar um corpo bem cuidado – magro, limpo e jovem – poderia garantir ao indivíduo aceitação social. Segundo Bourdieu, essas características compõem um capital cultural possuído pela burguesia, que, cotidianamente, cria novos usos do corpo e influencia o surgimento de profissões especializadas na imagem e cuidado corporal. Outrossim, essa burguesia apresenta novos meios de dominação a partir da imposição de necessidades que seduz os participantes de outras classes sociais.²⁷⁸

4.2 CONSELHOS DE BELEZA

No ano de 1950 o jornal *Folha do Norte* divulgou a coluna *Conselhos de beleza*, com textos assinados pelo Dr. Pires Rebello. Os escritos, relacionados a estética corporal e apoiados num discurso médico-científico, recomendavam cuidados com a pele, cabelo, corpo e por vezes, informações sobre doenças e possíveis tratamentos.

TABELA 3 - Textos publicados na coluna *Conselhos de beleza*.

DATA	EDIÇÃO	TÍTULO	PÁGINA
19-08-1950	2145	Como cuidar da pele	02
16-12-1950	2162	Cirurgia plástica	03

²⁷⁶ Ibidem, p. 17-19.

²⁷⁷ FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987, p. 126-80.

²⁷⁸ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 147.

10-02-1951	2170	Cabelos brancos	03
03-03-1951	2174	Tintura no cabelo	03
07-04-1951	2178	Pele seca	02
14-04-1951	2179	Pele gordurosa	02
21-04-1951	2180	Higiene do couro cabeludo	02
28-04-1951	2181	Bronzeamento da pele	02
05-05-1951	2182	Calvície	03
12-05-1951	2183	Pele normal	03
19-05-1951	2184	Cicatrizes de espinhas	02
26-05-1951	2185	Vermelhidão no rosto	02
02-06-1951	2186	Transpiração pelos pés e mãos	02
23-06-1951	2189	Preparados para a pele	03
14-07-1951	2192	Alergia aos produtos de beleza	02
21-07-1951	2193	Verrugas e câncer	02
28-07-1951	2194	Calvície	02
04-08-1951	2195	Alergia cutânea	03
11-08-1951	2196	Regime alimentar para conservar a juventude	03
18-08-1951	2197	A caspa é contagiosa	03
25-08-1951	2198	Sardas	03
01-09-1951	2199	Úlceras varicosas nas pernas	03
08-09-1951	2200	Novo regime para prolongar a vida	03
20-10-1951	2206	Cirurgia de beleza	03
15-12-1951	2214	Verrugas	03
29-12-1951	2216	Sinais desagraciosos	03

Fonte: Jornal *Folha do Norte*

Para Michel Foucault as relações de poder têm alcance imediato sobre o corpo: “elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais.”²⁷⁹ Ainda, segundo o autor, o corpo só se torna útil e produtivo se o indivíduo estiver preso num sistema de sujeição através da criação de necessidades.²⁸⁰ Tomando como base as suas ideias, pensamos a coluna *Conselhos de Beleza* como um dos mecanismos de sujeição expostos no jornal *Folha do Norte*. A leitura e conhecimento dos ideais de beleza considerados ideais, possivelmente produziu a insatisfação corporal e imagética em alguns indivíduos. Desse modo, esses sentiram a necessidade de modificar seus corpos e adequarem-se ao padrão estipulado.

A atenção demasiada ao controle do volume, formas e aparência corporal está associada à preocupação e importância dadas a imagem que o indivíduo tem de si mesmo e daquela que quer apresentar a outrem. Segundo os dados da Tabela 3, percebemos que o corpo era visto de maneira compartimentada: cada parte deve ser cuidada individualmente com produtos e tratamentos específicos. Além disto, a democratização do vestuário com o advento do *Prêt à Porter* obrigou o surgimento de novos critérios para assegurar a função de

²⁷⁹ Foucault, Michel, op. cit., p. 29.

²⁸⁰ Idem.

diferenciação social: atributos pessoais como a juventude, a magreza e o *sex appeal* foram valorizados e um novo ideal estético foi criado. Indivíduos sedentários e descuidados estavam fora de moda.

A imagem feminina sempre foi valorizada. O desenho de seu rosto, as formas do seu corpo, o aspecto do seu cabelo consistiam em objetos de sedução no campo das sociabilidades. Mulheres consideradas feias e velhas estavam fadadas ao fracasso pessoal e profissional. A pesquisadora Naomi Wolf defende que desde 1830 todas as gerações possuíram um “mito de beleza” feminino. Devido às necessidades culturais, econômicas e sociais, as mulheres deveriam, obrigatoriamente, perseguir a beleza corporal, enquanto os homens deveriam desejar as mulheres que possuíssem esse atributo, pois, por muito tempo acreditou-se que o sucesso reprodutivo estivesse ligado à formosura feminina.²⁸¹

Receitas caseiras eram passadas de mãe para filha no intuito de melhorar o aspecto da face e pescoço, locais que devido a visibilidade deveriam ser limpos, tonificados e hidratados diariamente, pois logo eram afetados com os sinais do tempo e não seria de “bom tom” apresentá-los com marcas e relevos indesejáveis.

Segundo Denise Bernuzzi, no Brasil a valorização da juventude em detrimento da velhice teve seu princípio com a proclamação da República. A partir desse momento, a publicidade agiu de modo a incentivar o uso de cremes e loções a fim de atenuar as marcas e rugas nos rostos femininos. Outrossim, a fealdade foi ridicularizada e lamentada nos jornais e literatura. Feios e feias deveriam compensar tal “desgraça” com agudeza intelectual e bom humor.²⁸²

Não há nada que mais envelheça como o aparecimento das rugas. São elas o sinal de que a velhice está se aproximando e por essa razão, constituem o mais temível dos inimigos da beleza, sobretudo quando se vêm nos rostos femininos. A ruga é a prova visível de que se vai perdendo a mocidade e o fato indiscutível que a formosura, o encanto, enfim a própria vida já se vai passando.

O tempo, inexorável, vai deixando os vestígios de sua passagem que constitui torturante inquietação. Não só para a sociedade como, também, para trabalhar, o indivíduo precisa de um rosto agradável, sabido que uma pessoa velha ou feia, em todos os lugares em que estiver, será preterida por outra mais jovem, em quaisquer condições.²⁸³

O texto, apresentado no jornal, condicionou o embelezamento feminino a idade, sendo que, para o autor, ao envelhecer a mulher perdia o viço juvenil, consistindo num empecilho para as suas relações sociais. Percebemos, que o envelhecimento era associado a perda de

²⁸¹ WOLF, Naomi, **O mito da beleza**: como imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p. 14-16.

²⁸² SANTA'ANNA, Denise Bernuzzi de, op. cit., p. 27-33.

²⁸³ Jornal Folha do Norte – **Rugas no rosto** – 03.03.1951 – Edição 2173, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

prestígio e afastamento do convívio social. O incentivo a utilização de tratamentos estéticos coadunou-se com o processo de consolidação da modernidade em Feira de Santana. Os corpos agora mais expostos nos espaços de sociabilidade – ruas, clubes e piscinas particulares – deveriam ser vigiados e remodelados.

Provavelmente a quantidade de anúncios de cosméticos, de remédios para limpar e tonificar o corpo e a veiculação da coluna *Conselhos de beleza* estavam combinados aos ideais de progresso citadino que requeria dos indivíduos corpos belos. Conforme David Le Breton, a desconfiança com o corpo e consigo conduz o indivíduo a utilizar uma série produtos psicofarmacológicos para modificar um corpo percebido como falho frente às exigências do mundo contemporâneo.²⁸⁴

Não é de hoje que a ciência se preocupa com os problemas da longevidade humana e em todos os tempos existiram teorias e foram aplicados métodos os mais esquisitos para resolver tão palpitante assunto. [...]

Agora mesmo a revista Paris Match está publicando artigos e conferências a respeito de como conservar a juventude por meio de dietas apropriadas, conselhos esses dados pelo especialista Gayelord Hauser, ora em visita a Paris. A solução principal do problema para aumentar a duração da vida e não perder a mocidade, segundo as ideias daquele autor consiste no uso diário dos cinco alimentos seguintes: levedo de cerveja, leite desnatado em pó, coalhada, germe de trigo e melado.²⁸⁵

O conteúdo da coluna foi pautado num forte discurso contra o envelhecimento, o acúmulo de gordura corporal e a fealdade. Tal característica permeou quase todo o século XX, provocando uma série de inseguranças e incertezas em mulheres de todas as idades. Os textos apresentavam o corpo como uma espécie de objeto a ser transformado e cuidado através dos avançados recursos tecnológicos disponíveis num momento de busca incansável pelo rejuvenescimento e longevidade. A mídia, como grande divulgadora de informações sobre os cuidados corpóreos e dos perigos de um estilo de vida “desregrado”, encarregou cada indivíduo a cuidar da sua existência. Segundo Lipovetsky, tal empreendimento promoveu o individualismo, produziu inquietude, angústia e preocupações narcísicas, homogeneizando a ideia de um corpo social através da linguagem midiática.²⁸⁶

Conforme evidenciado no jornal, Paris mantinha-se como local de pesquisas e de difusão de um determinado estilo de vida baseado na restrição alimentar para “conservar a juventude”, influenciado pelas ideias do nutricionista americano Gayelord Hauser que, durante a década de 1950, popularizou entre artistas de Hollywood um regime alimentar

²⁸⁴ LE BRETON, David, op. cit., p. 18.

²⁸⁵ Jornal Folha do Norte – **Novo regime para prolongar a vida** – 08.09.1951– Edição 2200, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁸⁶ LIPOVETSKY, Gilles, op. cit., p. 263-264.

baseado numa alimentação natural, sem o consumo de açúcar e farinha branca.²⁸⁷ Conforme as ideias do nutricionista a escolha de determinados alimentos conferia a qualidade e aumento da expectativa de vida de quem aderisse a tal dieta.

Para Pascal Ory o advento da dieta é anterior a medicina, sob as formas gregas e medievais. No século XX, o crescimento e urbanização das cidades causou preocupação em alguns indivíduos, causando neles ansiedade e obsessão, permitindo o aparecimento e sucesso de um discurso dietético fundamentado no consumo de vitaminas para a melhoria do corpo.²⁸⁸

A despesa com a alimentação representa uma maneira de distinção social. As mudanças nos hábitos alimentares, conforme Bourdieu, apontam para uma ascensão de grupo social – indivíduos das classes baixas consomem alimentos que propiciarão energia e força para as atividades de trabalho, enquanto aqueles das classes abastadas ingerem ingredientes magros que não engordam, pois esses esperam o reconhecimento do investimento que fazem em si próprias.²⁸⁹

No mês de setembro de 1953, os moradores da cidade comemoraram os 64 anos de existência do Matadouro Público – local de venda e abate de bovinos e de extrema importância econômica para a região. Para a festividade um grande boi foi morto e parte da imprensa local registrou o evento. O jornal Folha do Norte enviou o jornalista James Watt para registrar o evento e apresentar as suas impressões sobre o que presenciou no festejo.

[...]

Centenas de magarefes horríveis, quase nus, imundos, investirão contra o boi, fazendo uma demonstração perfeita dos seus instintos sanguinários, empunhando facas, facões, porretes e pedras, prometendo liquidar o animal em segundos, enquanto uma equipe de fateiras desgrenhadas, velhas, com seus tradicionais cachimbos, expondo as musculaturas, destrincharão o boi [...]²⁹⁰

A descrição pejorativa e animalesca foi feita pelo repórter ao tratar das características psicológicas e físicas dos trabalhadores do Matadouro Público. Seus corpos, descritos minuciosamente, continham as marcas de uma existência considerada descuidada devido ao pertencimento desses a uma classe social menos abastada. Homens e mulheres materializaram no físico os lugares que ocupavam na hierarquia social. As características dos seus “corpos de classe”²⁹¹ expressas através dos volumes, das formas, dos modos de cuidar e de se alimentar

²⁸⁷ KERR, Peter. **Gayelord Hauser, 89, Author:** proponent of natural foods. Obituaries. Disponível em: <http://www.nytimes.com/1984/12/29/obituaries/gayelord-hauser-89-author-proponent-of-natural-foods.html>. Acesso em: 31 jan. 2016.

²⁸⁸ ORY, Pascal. O corpo ordinário. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2009, p. 163-164.

²⁸⁹ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 168-179.

²⁹⁰ WATT, James. **Hoje tem espetáculo**. Jornal Folha do Norte. 18.07.1953. Edição 2297, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁹¹ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 179.

exprimiram a quantidade de capital econômico que cada um possuía. A escrita jornalística, neste caso, apresentou um olhar de superioridade de um possível “corpo rico” sobre o “corpo pobre”, um olhar físico e em grande parte, simbólico.

A noção de juventude veiculada pelo periódico estava atrelada a ideia de que a velhice podia ser combatida, adiada e evitada através do uso de cosméticos e da cirurgia plástica. Conforme Lipovetsky após a Primeira Guerra Mundial houve o crescimento do consumo de produtos cosméticos e a popularização dos artigos de beleza. Produzidos em larga escala e a baixo preço tornaram-se artigos utilizados de modo corrente por todas as camadas sociais.²⁹² Entretanto, é necessário perceber a existência de uma qualidade diferenciada das marcas e da qualidade dos produtos utilizados por esses indivíduos, pois o acesso era mediado pelo poder aquisitivo e demonstravam o pertencimento a determinada classe social.

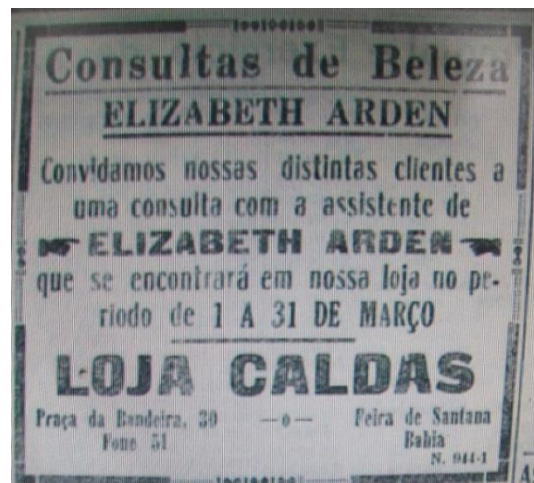


Figura 14 - Consultas de beleza com os produtos *Elizabeth Arden*.
Jornal *Folha do Norte* – 15/02/1958.

O anúncio exibido pela *Folha do Norte* convidou as “distintas clientes” da cidade para conhecer e experimentar os produtos cosmetológicos da marca *Elizabeth Arden*.²⁹³ A *Loja Caldas* dispunha de uma variedade de cremes, loções, perfumes e maquiagens para uma clientela de alto poder aquisitivo. Ao apontar quais clientes deveriam comparecer a exposição dos artigos de beleza, o anunciante demonstrou que somente as senhoras e senhoritas detentoras de capital econômico poderiam fazer uso de tal marca, evitando que mulheres das

²⁹² LIPOVETSKY, Gilles, op. cit., p. 156.

²⁹³ Empresa de cosméticos estadunidense criada em 1910 por Florence Nightingale Graham. Nos anos de 1930 a marca contava com 600 produtos, sendo uma das mais conhecidas do mercado. Durante a Segunda Guerra Mundial criou um batom a ser utilizados pelas mulheres que compunham o corpo das Forças Armadas americana com o intuito de dar feminilidade e “alegria” aos uniformes femininos. Os produtos de beleza da companhia encontram-se em circulação até os dias atuais. Ver: <<http://www.elizabetharden.com/Elizabeth-Arden-Biography/her-story,default.pg.html>> Acesso em: 23 jan. 2016.

classes inferiores pretendessem participar da reunião. Dessa maneira, esses artigos são considerados “gostos de luxo” que, conforme Bourdieu consiste na aquisição, pelas classes superiores, de produtos desnecessários a vida do consumidor que efetuou a compra e são vistos como uma maneira de diferenciar-se das classes populares através da exibição de poder cultural e econômico.²⁹⁴

O jornal *Folha do Norte* utilizou a publicidade como mediadora entre os modelos de comportamento considerados ideais pelos grupos dominantes e que eram adquiridos via consumo. Segundo Mara Rúbia Sant’anna o primeiro objetivo da construção e existência de uma campanha publicitária é vender um modelo de comportamento, manipulando desejos e valores.²⁹⁵ O estímulo ao consumo de produtos e de marcas específicas traçou uma segmentação social, criando uma ideia de superioridade nesses consumidores. Desse modo, o consumo consistiu num instrumento de diferenciação social conferindo status e prestígio aos participantes dessa “competição estatutária.”

O encanto dos novos óculos femininos

Até bem pouco tempo, a mulher que, por imposição médica, era obrigada a usar óculos, lamentava amargamente a sua sorte. Invariavelmente era relegada a um plano secundário nas reuniões elegantes e suas oportunidades de conseguir um bom partido eram, geralmente, bastante reduzidas. Por isso, a submeter a tamanha tortura moral, preferia com satisfação a tortura física, e continuava a forçar a vista, hábito dos menos aconselháveis, pois não raro dava origem a pequenas rugas em torno dos olhos... tudo menos usar os odiados e anti estéticos óculos!

Mas, todos estes inconvenientes passaram a história. Com o lançamento dos novos modelos de formas tão variadas e atraentes, até quem não tem necessidade de usá-los, sente-se tentado a comprá-los. [...]

E agora com a nova moda dos cabelos curtos, pode-se dizer que a popularidade dos óculos aumentou consideravelmente e ainda mais com os permanentes em casa, como o Toni por exemplo, que servem de base para a criação de uma infinidade de penteados, próprios para combinar com os diferentes modelos de óculos. Diante de tudo isso, mais do que nunca pode-se afirmar que a cabeleira é o marco dos encantos femininos.²⁹⁶

Os conselhos de beleza popularizaram-se nas revistas femininas e nos periódicos. A publicidade usou desses espaços para vender produtos e modelos de beleza, além de veicular a promessa otimista de que sozinhas as mulheres conseguiriam transformar e cuidar da aparência. A formosura feminina era fator primordial para o sucesso num possível enlace matrimonial. O uso dos óculos de correção para problemas oftalmológicos “enfeitava” a mulher e seu uso a prejudicava no jogo da sedução, impedindo-a de conhecer algum rapaz que viesse tornar seu marido. Para impedir tal “tortura moral” a mulher deveria frequentar os

²⁹⁴ BOURDIEU, Pierre, op. cit., p. 169.

²⁹⁵ SANT’ANNA, Mara Rúbia, op. cit., p. 432.

²⁹⁶ Jornal Folha do Norte – **O encanto dos novos óculos femininos** – 14.01.1950 – Edição 2114, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

locais de sociabilidade sem os “antiestéticos” óculos, pois, desse modo, não teria a beleza do seu rosto escondido por tal acessório.

O autor do texto apontou o lançamento de novas coleções de óculos, porém não apresentou a marca e nem os modelos. Por conseguinte, percebemos que o objetivo de tal escrito era o de divulgar ao público a novidade da indústria de produtos capilares: o permanente *Toni*. O produto consistia numa loção que ao ser aplicado propiciaria ondulações no fio capilar aliado ao uso de bobes. Encontrado em lojas de cosméticos e farmácias o produto consistiu num aliado aos cuidados com a aparência da mulher e devido a sua praticidade poderia ser utilizado em casa sem a ajuda de um profissional. A publicidade funcionou como um dos agentes de divulgação da modernidade. Todo o moderno tornou-se belo e esta ideia estava atrelada ao consumo de um produto, de um corpo e de uma estratégia de inserção no mundo social.

Moldura dos rostos feminino e masculino, além de símbolo de feminilidade e virilidade, os cabelos tiveram destaque em seis textos divulgados na coluna *Conselhos de Beleza*. O autor recomendou cuidados especiais com o couro cabeludo que deveria ser “rigorosamente esfregado”²⁹⁷ evitando o aparecimento de caspas, seborreia ou calvície. Os indivíduos incomodados com os fios brancos que “por denotarem velhice, são olhados com um pouco de odiosidade, principalmente pelo belo sexo” deveriam recorrer ao uso de tinturas compostas por substâncias vegetais, pois não causariam prejuízos a saúde do usuário²⁹⁸.

Segundo Michelle Perrot, o comprimento, o corte e a cor dos cabelos são objeto de códigos e de modas²⁹⁹. Na Tabela 4 apresentamos a quantificação das imagens femininas que foram divulgadas na revista *Gente Importante*. A análise desses documentos nos ajuda a conhecer a moda capilar que estava em voga na década de 60 entre as mulheres da elite feirense.

²⁹⁷ Jornal Folha do Norte – **Higiene do couro cabeludo** – 21.04.1951 – Edição 2180, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁹⁸ Jornal Folha do Norte – **Tintura para os cabelos** – 10.03.1951 – Edição 2174 p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

²⁹⁹ PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 55.

TABELA 4 - Imagens femininas veiculadas na revista *Gente Importante* nos anos de 1966 e 1967.

ANO	MULHERES COM CORTE CAPILAR DE FIOS CURTOS	MULHERES COM CORTE CAPILAR DE FIOS LONGOS	MULHERES USANDO PENTEADOS	CABELOS EM TONS ESCUROS	CABELOS EM TONS CLAROS
1966	13	0	0	13	0
1967	4	3	7	14	0
TOTAL	17	3	7	27	0

Fonte: Revista *Gente Importante*

Em algumas sociedades, o aspecto capilar assinala diferenças profissionais, sociais, religiosas e até políticas. Conforme Perrot, a cabeleira feminina é comumente relacionada ao sexo, à sedução e ao pecado.³⁰⁰ Ao longo dos séculos XIV ao XIX mulheres fortes, cruéis e sensuais eram retratadas com longos cabelos soltos caracterizando a erotização criada por pintores europeus em torno desses fios. A partir do século XIX, popularizou-se o uso de chapéus entre as burguesas, como maneira de diferenciação das mulheres de classes baixas, pois sair com os cabelos soltos era vulgar e popular.³⁰¹ Nesse mesmo período, no Brasil, houve um crescimento do número de “casas de cabeleireiro” que atendiam as mulheres das famílias abastadas das grandes capitais. Já as moças e senhoras de pouco poder aquisitivo utilizavam receitas caseiras para dar brilho e maciez aos fios.³⁰² Paulatinamente, o uso de penteados permitiu que os cabelos se transformassem numa peça do vestuário e da moda.

No início do século XX algumas mulheres tosquiaram os cabelos, influenciadas pelas ideias de libertação do corpo reivindicadas pelo feminismo europeu. Os fios mais curtos ofereciam praticidade as enfermeiras, condutoras de bonde e operárias que atuaram no período da Primeira Guerra Mundial. Assim, o novo corte se popularizou apresentando variantes: fios frisados com o uso de *bigoudis* elétricos e pentes aquecidos ou lisos em corte reto, delineando uma silhueta andrógina a imagem feminina.³⁰³ Os anos 50 e 60 foram marcados pelo retorno a feminilidade e os cabelos femininos, geralmente eram cortados na altura dos ombros, deveriam ser escovados diariamente para conferir brilho e força aos fios.

As imagens femininas dispostas na revista *Gente Importante* demonstram que parte das mulheres que pertenciam a elite feirense fizeram escolhas conservadoras no que tange a

³⁰⁰ PERROT, Michelle, op. cit., p. 54.

³⁰¹ Ibidem, p. 58.

³⁰² SANTA'ANNA, Denise Bernuzzi de, op. cit., p. 22.

³⁰³ Ibidem, p. 60.

estética capilar. Na edição do ano de 1966, foram retratadas treze senhoras que utilizavam os cabelos curtos e de tonalidade escura – preto ou castanho – com fios soltos, modelados em pequenas ondas e seguros, possivelmente, pelo uso do laquê, produto embelezador tão comum na década de 60.

Já a edição de 1967 apresentou ao público leitor o perfil de sete senhoras que usavam os cabelos presos em coques no alto da cabeça. As cinco “senhoritas vips” que estamparam as páginas da revista tinham seus cabelos displicentemente soltos e de comprimento um pouco abaixo do ombro. Entretanto, a senhorita Imiracy Daltro, considerada “superiora, marcante e uma jovem de vanguarda”³⁰⁴ devido às atividades que exercia – formação no curso de Contabilidade, colunista social num jornal da cidade de Juazeiro e crítica literária - tinha os cabelos cortados a “la garçonne”³⁰⁵, que conforme Bernuzzi também representavam a conquista de autonomia feminina.³⁰⁶

Os textos dispostos na coluna *Conselhos de Beleza* demonstram que o ideal de beleza não tem a mesma força para os dois sexos. Para os homens, as normas apresentaram-se frouxas e as preocupações recaíram somente aos cuidados com os cabelos e a medicalização contra a calvície, enquanto para as mulheres a beleza se constituiu em obrigação e valor particular do feminino.

Durante os anos 60, a contracultura e a luta armada influenciaram um despojamento das aparências e da estética corporal dos jovens, especialmente de alguns homens que sentiram-se livres de cortar os cabelos e cultivarem uma grande cabeleira, atitude que foi vista com certa preocupação pela Igreja Católica da cidade.

A Igreja em marcha com os cabeludos

Com relação aos cabeludos, as opiniões tomam caminhos diferentes. Uns defendem os cabeludos: nada existe de ofensivo na moda; os antigos usaram cabeleiras longas e Jesus Cristo é invocado como adepto do sistema! Outros criticam e condenam: é um desrespeito a sociedade; uma imiscuidade com o sexo feminino; é um caso de polícia.

Cabe-nos ter uma visão mais profunda do fenômeno. Certo é que a cabeleira – grande ou pequena – pouco importa. Segundo bons observadores e moralistas o uso de cabeleiras longas hoje em dia põe em choque um problema humano e geral. A cabeleira é um sinal.

É um sinal de protesto e desprezo. É um sinal de protesto contra o sistema educacional dos pais, das autoridades, dos adultos, da velha guarda que ainda se pontifica, soberana, no cenário da vida. É um sinal de desprezo por todo problema e

³⁰⁴ DALTRO, Cid. **Gente Importante**. 1967 – Edição 02, p. 20. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses – MSC/CENEF.

³⁰⁵ Termo que surgiu na França dos anos de 1920 para retratar o corte de cabelo feminino com franja acima das sobrancelhas e comprimento na altura das orelhas, tornando-se símbolo das mulheres que foram trabalhar nas fábricas e indústrias durante a Primeira Guerra Mundial.

³⁰⁶ SANTA'ANNA, Denise Bernuzzi de, op. cit., p. 56.

solução que possam existir no mundo hodierno; desprezo das convenções sociais evitadas de vaidade, de fingimento e de injustiça.

O jovem cabeludo quer chamar a atenção das moças. E a moça que procura e escolhe o rapaz. O jovem cabeludo quer ser diferente fisicamente, pois pretende ser do tempo, do passo que os “outros” são do século passado.

O sinal de revolta e desprezo dos cabeludos de nada adiantará se ficar nisso. A crítica e a condenação da velha guarda – se ficar apenas na crítica – aumentarão mais a distância humana entre as idades. Os adultos devem ver as razões por que os jovens agem assim e assado. E depois de ver, agir rumo à solução real.

O problema não é tanto de cabeleiras e de usos extravagantes. É sim de comportamento moral de atitude mental e espiritual diante dos acontecimentos e dos exemplos vivos. Se os adultos não tivessem sido tão omissos e irresponsáveis, talvez hoje não haveria tanto cabelo à espera de tesoura. Também os jovens são de certo modo responsáveis, pois lhes cabe dignificar a vida, aceitando-a como ela é, mas trabalhando-a como obra também deles. [...] ³⁰⁷

O Frei Francisco expôs a preocupação da Igreja Católica com as mudanças vividas por parte da juventude feirense - e brasileira – num momento de crise política no contexto da ditadura militar. Para o frei, a atitude de não cortar os cabelos e mantê-los longos era um ato de rebeldia juvenil contra o sistema político, econômico e social do país. Tal postura teria sido causada pela irresponsabilidade e omissão dos pais na criação dos filhos e, também, dos jovens que não se percebiam como personagens atuantes do que ocorria ao seu redor. Nesse contexto a obrigação da Igreja seria de acolher esse jovem “rebelde”.

Bernuzzi afirma que a partir dos anos 50 o conflito entre gerações passou a ser tema constante na imprensa e a publicidade investiu em propagandas de produtos específicos para a juventude. O novo é bonito, jovial e descolado. Posteriormente a contracultura contribuiu para aproximar características femininas das masculinas – homens de silhueta esguia utilizando cabelos compridos e roupas coloridas - e propiciou o surgimento de uma estética que desafiava os padrões vigentes e considerados “moralmente decentes”. ³⁰⁸

Para o autor dos textos da coluna *Conselhos de Beleza* o sucesso pessoal e profissional estava diretamente ligado a boa aparência. Para conquistá-la, homens e mulheres deveriam recorrer aos recursos disponíveis para modificar e melhorar o corpo. Conforme Bernuzzi, com o fim da Primeira Guerra Mundial o recurso da cirurgia plástica foi amplamente utilizado para reparar os danos causados aos soldados que voltaram acidentados pela ação das armas de guerra. Posteriormente, foi utilizada pelos aspirantes a fama na concorrida indústria cinematográfica de Hollywood que determinava a aparência ocidental e branca como características determinantes de sucesso. ³⁰⁹

[...]

³⁰⁷ Jornal Folha do Norte – **A Igreja em marcha com os cabeludos** – 07.10.1967 – Edição 3051, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³⁰⁸ SANTA'ANNA, Denise Bernuzzi de, op. cit., p.108-151.

³⁰⁹ Ibidem, p. 168.

Hoje tudo está mudando. Com a mesma necessidade que se procura um médico para o estômago, fígado ou glândulas, consulta-se também um especialista em cirurgia estética. Os tratamentos cirúrgicos para narizes defeituosos, orelhas tortas ou rugas do rosto são realizados correntemente e com pleno êxito.

Não se deve julgar essa espécie de cirurgia como uma questão supérflua, mas sim, sob um ângulo inteiramente diverso. As pessoas que a ela recorrem, na sua grande maioria, o fazem por uma questão de absoluta necessidade.

São os empregados em casas comerciais, sobretudo do sexo feminino, que necessitam de uma boa aparência para não perderem os empregos, traídos pela idade, são os portadores de defeitos físicos e que lhes trazem complexos de neurastenia e de enfermidade, são, enfim, uma grande massa de indivíduos que vê nos recursos das operações plásticas toda a solução de seus sofrimentos mais íntimos.³¹⁰

A respeito da cirurgia plástica, o Dr. Pires a recomendou para casos de “absoluta necessidade” como correções de problemas físicos e impedimento de demissões femininas dos postos de trabalho, apesar de descrever que a utilização de tal procedimento estava banalizada. A preocupação com a idade se fazia constante e todo recurso disponível deveria ser utilizado para amenizar as marcas do tempo e solucionar possíveis problemas psicológicos referentes a aceitação corporal.

Conforme David Le Breton, o indivíduo que recorre ao uso da cirurgia estética, possivelmente está passando por um período de crise e encontra nesse procedimento a possibilidade de modificar aspectos do seu corpo motivado pela preocupação que possui com o olhar do outro. Mudar o corpo permite a vivência de um “novo nascimento” e um novo comportamento social.³¹¹

Após a Primeira Guerra, ocorreu a espetacularização das cirurgias estéticas como instrumento na busca de um ideal de beleza. As estrelas do cinema e da TV exibiam corpos e rostos harmoniosos, que, muitas vezes, eram conquistados a partir de intervenções cirúrgicas. O crescimento dessa atividade foi motivado por um culto ao belo vivido pelas sociedades modernas, que desencadeou um processo de comparação corpórea entre as mulheres e de uma observação meticulosa de seu físico em função de um modelo ideal, atitude extremamente nociva que está no cerne de problemas psicológicos e distúrbios alimentares como a bulimia e a anorexia.

Com o término da Segunda Guerra várias mulheres saíram da esfera privada rumo ao mercado de trabalho. Empresas especializadas nas áreas de informação, processamento de dados e varejo encontraram nessa mão de obra barata “docilidade e instrução”.³¹² As mulheres

³¹⁰ Jornal Folha do Norte – **Cirurgia de beleza** – 20.10.1951 – Edição 2206, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³¹¹ LE BRETON, David, op. cit., p. 30.

³¹² WOLFF, Naomi, op. cit., p. 33.

que assumiram uma dupla jornada de trabalho – donas de casa e profissionais – tiveram que acrescentar aos seus compromissos um rigoroso cuidado com a beleza.

Segundo Naomi Wolff, apenas modelos de moda, atrizes, bailarinas e profissionais do sexo eram remuneradas explicitamente por sua beleza. Entretanto, as mulheres que conquistaram novos espaços na sociedade e abriram caminhos no exercício de variadas profissões, foram obrigadas a dispendar tempo e esforço no cuidado com a aparência no intuito de conquistar e manter o sucesso profissional.³¹³



Figura 15 - Desfile de modas no *Feira Tênis Clube* – 1960.
Acervo particular.

As mudanças na moda vestimentar atuaram sobremaneira na transformação dos corpos das mulheres. As peças tornaram-se mais curtas, ajustadas ao corpo e dirigidas ao público jovem. Até os anos 50, as saias e os vestidos posicionavam-se abaixo dos joelhos femininos, o chamado comprimento *midi* que foi popularizado pelo estilista Christian Dior.

O vestuário feminino da década de 60 foi revolucionado pelas criações do estilista francês André Courregès que criou o comprimento *mini* para as saias e vestidos que ficaram no meio das coxas ou mais acima delas. A estilista britânica Mary Quant inspirou-se em tal comprimento ao criar a minissaia e popularizou o uso da peça entre jovens de 15 a 20 anos. Tal atitude estava relacionada ao fenômeno de juvenilização da figura feminina que ocorreu no final dos anos 60, acarretando na valorização da juventude e desvalorização da maturidade.

³¹³ Ibidem, p. 36.

Tamanhos menores, transparências e decotes foram mudanças nas peças do vestuário feminino que obrigaram as mulheres a uma constante vigilância das formas corporais. Sobre isto, Goldenberg e Ramos afirmam que tal afrouxamento das normas vestimentares influenciou o surgimento de uma “nova moral – a da boa forma.” A maior exposição do corpo forçou aquela que pretendia vestir-se conforme a tendência vestimentar, autocontrolar sua aparência física e suas paixões, objetivando evitar qualquer forma de constrangimento ao se expor publicamente. Esse autocontrole, demasiadamente estimulado pela mídia, criou um estilo de vida baseado no consumo e produziu um consumidor constantemente insatisfeito com a sua imagem.³¹⁴

Até os anos 50 a silhueta feminina era voluptuosa. A cintura fina era marcada pelo uso de cintos grossos ou de um cóis largo. Havia a valorização do busto pelo uso de discretos decotes e o rosto deveria ter feições angelicais. Nesse momento, o cinema continuou a instituir e divulgar os modelos de moda e beleza. A partir da década de 1960, a moda e a passarela indicavam os padrões de beleza e estéticos para a sociedade e em um dos vários desfiles de moda ocorridos no *Feira Tênis Clube* a modelo Alvalice Mércia apresentou um conjunto composto por uma camisa branca, acompanhada por um blazer e pela afamada minissaia. José Francisco Brandão nos diz que muitas jovens feirenses aceitaram rapidamente a novidade e costumavam exibir suas minissaias nos clubes e festas particulares, pois “para aquelas que tinham o que mostrar, muito bem; para aquelas que não, paciência.”³¹⁵

As características corporais da modelo retratada na imagem coadunavam-se com o padrão de beleza vigente durante os anos 1960: uma magreza andrógina baseada na imagem da modelo adolescente Twiggy³¹⁶. Mulheres de todas as idades tentavam conquistar as medidas quase infantis daquela que foi considerada umas das primeiras supermodelos do universo *fashion*.

O ideal de beleza sessentista era baseado num corpo retilíneo com quadris estreitos e seios pequenos, sendo amplamente divulgado pela mídia, pela indústria farmacêutica e de cosméticos. Conforme Maria Dolores, esse padrão infantilizou e fragilizou a mulher consistindo num modo de dominação ao eliminar a feminilidade do corpo, aproximando-a do

³¹⁴ GOLDENBERG, Mirian e RAMOS, Marcelo Silva. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2007, p. 25-32.

³¹⁵ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p., 112.

³¹⁶ Manequim londrina que, no ano de 1965, aos 15 anos de idade, tornou-se modelo de beleza feminina. Chamou a atenção de fotógrafos e estilistas por possuir uma imagem andrógina: corpo magro, cabelos curtos e olhos expressivos realçados com o uso de cílios postiços e rímel. Encerrou a carreira de modelo em 1970.

corpo masculino.³¹⁷ O objetivo deste e de todos os outros modelos de beleza criados nos períodos históricos distintos tem como objetivo o controle dos sujeitos através dos seus corpos.

Em finais da década de 60 popularizou-se entre as mulheres feirenses das classes abastadas a prática de exercícios físicos dentro das suas residências. Juntas, essas mulheres eram as principais motivadoras e vigilantes umas das outras, atuando em conjunto no sentido de cuidar do corpo e esse novo estilo de vida, ativo e disciplinado, foi divulgado no columnismo social.

“A sra. Célia Caribé está ministrando, as quartas e sextas, aulas de ginástica, em sua residência. Já conta a esta altura, com um considerável número de alunas.”³¹⁸

A prática da ginástica por mulheres, no Brasil, começou no início da República, no momento em que as cidades tornavam-se grandes centros urbanos e ampliavam-se os discursos médico-higienistas que associavam exercícios e saúde. Por conseguinte, tornou-se prática de adestramento corporal e ferramenta eficaz na elaboração de novos significados para o corpo, sendo associada à saúde, qualidade de vida, longevidade e beleza.

O corpo, controlado e disciplinado, deveria apresentar as medidas e marcas de um dado contexto histórico e social, sendo que, no período entre guerras o modelo corpóreo ideal requerido as mulheres era de uma silhueta esbelta, de membros finos e sem gordura e conforme a historiadora Edna Araújo, esse “novo higienismo” foi regido pelos critérios da moda e legitimidade de saberes especializados.³¹⁹

Segundo Ana Lúcia Castro, nos finais dos anos 60 as classes abastadas da França tiveram um crescimento da consciência corporal. As preocupações com a aparência física e com a alimentação saudável eram mais fortes nos grupos que estavam no topo da hierarquia social.³²⁰ Na cidade de Feira de Santana, esse movimento ocorreu de modo gradativo, porém, a fonte jornalística nos leva a perceber que as mulheres participantes da mesma classe social utilizavam esquemas semelhantes para relacionarem-se com seus corpos. A maneira como

³¹⁷ MOTA, Maria Dolores de Brito. **De Vênus a Kate Moss: reflexões sobre corpo, beleza e relações de gênero.** III Encuentro Latinoamericano de Diseño. Comunicaciones Academicas. Buenos Aires, Argentina, año III, vol. 5, marzo, 2008, p. 100-104. Disponível em <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=1&id_articulo=5643>. Acesso em: 31 jan. 2016.

³¹⁸ Jornal Folha do Norte – **Sociedade** – 28.08.1969 – Edição 3149, p. 06. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³¹⁹ ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega. **“Espelho meu, agora a mais bela sou eu”:** cartografias da história da beleza no Brasil. 2008. 202 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, 2008, p. 28-41.

³²⁰ CASTRO, Ana Lúcia de, op. cit., p. 57.

cada grupo desenvolve a prática de cuidados corpóreos, expressa uma dimensão do estilo de vida de cada indivíduo.

O tipo de atividade e o local onde ela é praticada podem revelar grupos sociais homogêneos que compartilham de gostos, expectativas e experiências. Na Feira de Santana das décadas de 1950 e 1960 não era comum a frequência feminina à academia de ginástica, mas, conforme a nota do colunista, algumas mulheres reuniram-se e decidiram se exercitar coletivamente: aquele era um momento de socialização e cuidado corporal. A cobrança de um físico de proporções perfeitas era maior para as mulheres da burguesia e por essa razão elas dispendiam tempo e dinheiro para conquistar tais atributos e serem reconhecidas no meio social, pois “beleza custa caro e elas sabem disto.”³²¹

A publicidade de remédios e fortificantes estava disposta em algumas páginas do periódico. Produtos que atuavam no combate e tratamento da palidez da pele, magreza e fraqueza, de modo a melhorar a aparência e saúde do consumidor.



Figura 16 - Propaganda do fortificante corporal *Vanadiol*.
Jornal *Folha do Norte* – 13/ 01/ 1951.

O fortificante *Vanadiol* era indicado para homens, mulheres e crianças. Ainda assim, o anúncio divulgado no jornal apresenta a silhueta de um homem musculoso entortando aquilo que aparenta ser uma barra de ferro. Após a Segunda Guerra Mundial o corpo masculino deveria expressar firmeza e destemor. Principalmente o tórax que, como uma espécie de armadura, “conquistaria o mundo” e protegeria a sua esposa.³²²

³²¹ Jornal *Folha do Norte* – **Sociedade** – 11.07.1964 – Edição 2881, p. 04. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³²² SANTA'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 39.

A popularização de esportes como futebol e o boxe – “a Princesinha do Sertão baiano aprecia a arte de esmurrar”³²³ - além das novidades farmacêuticas, incentivaram muitos homens a transformarem seus corpos conferindo contornos másculos. A *Academia Atlética Feirense*, que cuidava da “cultura física e espiritual”³²⁴, possuía “variada oferta de modalidades esportivas aos seus clientes, como o halterofilismo, a modelagem, levantamento de pesos, ataque e defesa, boxe, jiu-jitsu, defesa pessoal, luta livre e luta greco romana.”³²⁵ Essas modalidades eram indicadas preferencialmente aos homens pois, durante o período estudado, o corpo feminino era considerado frágil para tais esforços.

Dessa academia, destacaram-se os irmãos Asdrúbal Boaventura e Arístocles Boaventura que tornaram-se campeões sul-americanos em competições de halterofilismo, elevando o nome da cidade no cenário esportivo internacional.³²⁶ Conforme Klanovicz, atividades físicas como o levantamento de pesos, contribuíram no segundo pós-guerra, para um modelo de masculinidade ligado a hipertrofia muscular.³²⁷ Esse modelo corporal masculino foi muito difundido pelo cinema americano que apresentou filmes estrelados por atores que eram fisiculturistas como Steve Reeves e Mark Forest.



Figura 17 - Anúncio das bicicletas *Monark*. Jornal *Folha do Norte* – 17/03/1956.

³²³ Jornal Folha do Norte – **O lutador Manoel Nascimento lança um desafio** – 03.03.1951 – Edição 2173, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³²⁴ Jornal Folha do Norte – 21.08.1954 – Edição 2354, p. 03. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³²⁵ Idem.

³²⁶ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 201-204.

³²⁷ KLANOVICZ, Luciana Rosar Fornazari, op. cit., 171.

A prática de esportes e atividades ao ar livre, como andar de bicicleta, foi incentivada pelos vendedores através do jornal. Conforme o anúncio acima, a aquisição da bicicleta contribuiria para o momento de lazer empreendido por toda a família, além de estratégia para que alguns feirenses cultivassem o hábito de modificar o corpo através de exercícios.

A mídia e a moda foram divulgadores dos modelos de beleza dos anos de 1950 a 1960, apresentando práticas de manipulação corpórea com o objetivo de alcançar o padrão estético vigente. Essas práticas, certamente, alteraram o funcionamento corporal e psicológico dos sujeitos, desencadeando comparações entre esses e principalmente entre as mulheres que buscavam por padrões de beleza inconstantes.

O cuidado com o corpo configurou-se como maneira de normatização e controle social, pois fazia parte da ideologia dominante na cidade. Maria Lúcia Rocha-Coutinho nos diz que as expectativas sociais regulam a maneira como as pessoas se comportam e toda conduta destoante seria avaliada negativamente.³²⁸ Desse modo, as instituições de poder utilizaram estratégias para influenciar a sociedade a uma possível mudança de sentimentos, pensamentos e atitudes, sendo o periódico *Folha do Norte* o recurso “linguístico não verbal” de controle social e de exercício do poder.

Segundo Marcel Mauss, as características corporais e comportamentais consideradas desejáveis variam conforme as educações, as sociedades, as modas e os prestígios.³²⁹ As mulheres e homens da cidade de Feira de Santana foram afetados com os ditames da modernização e as consequências eram observadas na mudança e manutenção de comportamentos e hábitos, pois alguns sujeitos não negligenciaram os ideais estéticos consagrados. Durante o período analisado, o corpo constituiu-se como vitrine de um estilo de vida e condição para o sucesso profissional, social e pessoal.

Os textos da coluna *Conselhos de beleza* apresentavam a formosura como um investimento pessoal e cada indivíduo seria responsável por sua aparência. A ideia de beleza e longevidade como atributos a serem conquistados por cada um não foi questionado nas edições analisadas. O periódico *Folha do Norte* divulgou um discurso que menosprezou e discriminou aqueles que estavam fora do padrão estético dominante, sendo que a vigilância e controle ao corpo feminino foi mais intenso e não levou em consideração as distinções morfológicas dos corpos e as condições econômicas de cada mulher. A beleza foi vista como um agente distintivo, significante de sucesso, prosperidade e superioridade.

³²⁸ ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. **Tecendo por trás dos panos: a mulher nas relações familiares**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 127.

³²⁹ MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003, p. 404.

4.3 – APARÊNCIA COROADA

Os certames de beleza faziam parte do calendário festivo da “Cidade Princesa” e movimentavam as páginas dos jornais, o trabalho das costureiras, as rodas de conversas além de arregimentar grandes torcidas para as beldades que apresentaram toda a sua formosura em eventos repletos de encanto e glamour. *Miss Feira*, *Miss Elegante do Interior*, *Mademoiselle Charme*, *Miss Secundarista*, *Glamour Girl*, *Broto do Ano*, além da escolha da rainha e princesas da Micareta, foram os concursos de beleza destacados pelo jornal *Folha do Norte* durante o período analisado. A adoção de palavras em inglês e francês para nomear esses eventos permite perceber a ascendência do estrangeirismo na língua portuguesa, principalmente a norte-americana.

Mara Rúbia nos diz que a prática de escolher a “mais bela mulher” iniciou-se em cabarés franceses do século XIX. No Brasil, esses concursos de beleza começaram no início do século XX, sendo a primeira *Miss Brasil* escolhida em 1900 por possuir, além da formosura, “qualidades morais, artísticas e culturais”. Durante a década de 1950 popularizaram-se e tinham como objetivo promover empresas e produtos das áreas de cosméticos, femininos e imprensa, em geral.³³⁰

A partir de 1955, Assis Chateaubriand proprietário do grupo editorial Emissoras e Diários Associados passou a promover e transmitir o *Miss Brasil* pela televisão, popularizando certames que selecionavam as qualidades femininas, estabeleciam e vigiavam comportamentos, estabelecendo modelos corporais a serem seguidos pelas mulheres do país. Sobre isto, Ferraz nos diz que esse concurso criou um novo sujeito, a *Miss*, que era eleita por possuir, além da beleza, valores sociais que eram importantes naquele período: a virgindade e a simpatia femininas.³³¹

Em Feira de Santana, os concursos de beleza eram organizados por colunistas sociais e as candidatas, em sua maioria, representavam clubes de categorias profissionais. Ocorriam, geralmente, nos grandes clubes, constituindo momentos de entretenimento e sociabilidade para parte da sociedade feirense e movimentavam o cenário social e cultural da urbe.

Candidatas Miss Feira 64

[...] Entre as candidatas estão as seguintes senhoritas: Djalмира Ramos dos Santos (candidata do Clube dos Comerciantes), Elice Passos da Costa (do Clube dos Sub Tenentes), Iracy Moreira e Solange Rodrigues.

³³⁰ SANT’ANNA, Mara Rúbia, op. cit., p.471.

³³¹ FERRAZ, José Ricardo. Ninguém nasce bela, torna-se bela. “Miss Brasil”: beleza e gênero (1950-1980). **Revista Transversos**. “Dossiê: O Corpo na História e a História do Corpo”. Rio de Janeiro, vol. 05, nº. 05, pp. 74-85, Ano 02. dez. 2015. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/transversos>>. ISSN 2179-7528. DOI: 10.12957/transversos.2015.19798. >. Acesso em: 31 jan. 2016

Com desfile marcado para o dia 6 de junho próximo, as candidatas em questão começaram seus preparativos com afinco, para proporcionar aos presentes no Ginásio Péricles Valadares uma festa a altura das suas tradições.³³²

No ano de 1964, o colunista Eme Portugal organizou o primeiro concurso de beleza *Miss Feira*. O certame contou com a participação de quatro jovens pertencentes à elite local e ocorreu no Ginásio Péricles Valadares sendo assistido por um grande público que prestigiou as candidatas. O júri, formado por jornalistas e “gente da alta sociedade soteropolitana”, escolheu a “estudante e bancária do Banco da Bahia” Solange Rodrigues como a rainha da beleza feirense que foi coroada pelo prefeito da cidade, Joselito Amorim. Comumente, políticos feirenses associavam sua imagem as misses coroadas, pois era uma maneira de conquistar a simpatia popular e adesão ao projeto político que defendiam.



Figura 18 - Solange Rodrigues – *Miss Feira* de Santana 1964.
Arquivo particular.

A imagem acima apresenta Solange Rodrigues, vencedora do primeiro concurso *Miss Feira*. Nesses eventos as candidatas desfilavam utilizando trajes de festa e de banho. O júri, composto em sua maioria por homens, analisava a beleza, simpatia e o caminhar por toda a passarela das aspirantes a *miss*. Há uma relação de dominação, pois as regras corporais eram ditadas pelo olhar e desejo masculino que coroava a beleza considerada ideal.

Durante o período analisado, o corpo feminino era pouco exposto publicamente para a apreciação masculina e, segundo Gonçalves, o momento do desfile de trajes de banho era ambicionado por muitos homens de diferentes camadas sociais, pois, para alguns, o único

³³² Jornal Folha do Norte – Antônio José Laranjeira Comenta – 30.05.1964 – Edição 2875, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

corpo feminino a que tinham acesso era o das prostitutas, que cumpriam um importante papel social.³³³

Mirian Goldenberg nos diz que no Brasil, o corpo é um capital e parte da sociedade acredita que pode ser utilizado como “veículo” na ascensão social, pessoal e profissional. Para a antropóloga, o modelo de “corpo distintivo” possui características específicas como a juventude, estar em boa forma, ser magro e sexy. Esse modelo, alcançado através do investimento e sacrifício individual, é desejado por indivíduos das camadas médias e pobres.³³⁴

Desse modo, a elegância, o porte e a sofisticação corporal são elementos construídos e modos legitimados de apresentação de poder no espaço público.

[...]

Em concursos de beleza, por exemplo, a nossa representação é digna de louvores: Ana Maria Carvalho, Diva Brito, Elice Costa, Maria das Graças Aragão, empolgaram o público baiano. Tânia Franco e Maria José Portugal trouxeram um bicampeonato de beleza interiorana, conquistado, respectivamente, em Santo Amaro e Mataripe.

Mas, todas estas, além de possuírem encantos pessoais, foram convenientemente preparadas para disputarem um título de tamanha responsabilidade, pois representavam a Feira de Santana.³³⁵

Além do físico magro e saudável, a *miss* deveria possuir a “simpatia, beleza, classe e elegância”³³⁶, características que deveriam ser valorizadas e imitadas por todas as mulheres da cidade. As participantes do concurso *Miss Feira* ocupavam as páginas dos jornais em imagens e textos que noticiavam suas transformações físicas e esforços na busca do almejado título, pois não se nascia *miss*, tornava-se *miss*. A vencedora do certame local considerada a “autêntica representante da beleza e da elegância da mulher feirense” concorria ao título de *Miss Bahia*, concurso que ocorria na cidade de Salvador, onde havia a participação de representantes de outras cidades da Bahia.

A importância desse evento para a cidade de Feira de Santana comprovou-se quando, em 1969, o certame passou a ser coordenado pelo colunista social Antônio José Laranjeira, com o apoio das *Emissoras e Diários Associados*³³⁷, propriedade de Assis Chateaubriand, sendo amplamente divulgado por toda a mídia local. A quantidade de inscritas cresceu e o

³³³ GONÇALVES, Marcos Ferreira. **Roupas de ver Deus: cotidiano e vestimenta em Salvador (1958-1968)**. 2012. 224f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História Regional e Local, Universidade Estadual da Bahia, 2012, p. 109.

³³⁴ GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: gênero, casamento e envelhecimento na cultura brasileira. **REDIGE** – Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégica. São Paulo, v. 01, n. 01, p. 192-200, 2010.

³³⁵ ALENCAR, Helder. **A grande lição**. Jornal Folha do Norte. 25.06.1966. Edição 2984, p. 01. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³³⁶ Jornal Folha do Norte – **Sociedade por Eme Portugal** – 24-06-1967 – Edição 3036, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

³³⁷ FREITAS, José Francisco Brandão de, op. cit., p. 241.

preparo das candidatas mereceu um cuidado especial: algumas, patrocinadas por grandes lojas fiirenses, participaram de cursos oferecidos pela *Socila*³³⁸ - Sociedade Civil de Intercâmbio Literário e Artístico, famosa escola de modelos e de etiqueta, que durante os anos 50-70 preparou moças da alta sociedade brasileira para atuarem em grandes desfiles de moda, concursos de beleza e ensinando o que era de “bom tom” no convívio social.

Tessa é o apelido de uma das senhoritas mais representativas da sociedade. E esta posição lhe é consolidada pelos cursos de Andamento, Etiqueta Social, Vestuário e Maquiagem que tem da Socila de Salvador. [...] É da opinião de que toda mulher deve ser vaidosa, Tessa participa e acentua o modo de trajar. Ainda acrescenta o GLAMOUR e a maneira de pisar firmemente como requisitos femininos aliados à necessidade da cultura.³³⁹

A participação em cursos de etiqueta tornou-se “febre” entre as moças das famílias abastadas quando Maria Augusta Nielsen, fundadora da *Socila*, foi convidada para ensinar postura às filhas do presidente Juscelino Kubistchek, que após esse momento, legalizou a instituição como uma escola de cursos profissionalizantes. Considerada “a grande criadora de misses”, Maria Augusta preparou várias mulheres brasileiras que foram lançadas ao estrelato das passarelas, do cinema e da televisão.³⁴⁰ No Brasil dos anos dourados, tornava-se modelo a partir da submissão, controle e disciplina do “corpo dócil” sob a marcação da bengala de Maria Augusta e aval do presidente do país.

Segundo Foucault, a partir do século XVIII o corpo humano foi trabalhado detalhadamente ao nível da mecânica. Nesse período, iniciou-se a coação dos movimentos, do tempo e do espaço através da disciplina que tinha por objetivo controlar as operações corporais numa relação de docilidade-utilidade.³⁴¹ Por conseguinte, o corpo era visto como uma máquina controlada por um poder que através de imposições determina a sua atitude e eficácia.

A disciplina utilizada nos concursos de beleza modificava o andar, o falar e a postura feminina com o objetivo de coroar uma aparência considerada ideal. Exigia-se tempo e comprometimento das beldades que participavam do certame. Por possuírem poder econômico e cultural, essas mulheres poderiam transformar os seus corpos em algo socialmente legitimado, desejado e invejado, pois o “ser bela” necessitava de um reconhecimento social, consistindo num importante instrumento de distinção social.

³³⁸ Idem.

³³⁹ DALTRO, Cid, op. cit., p. 32.

³⁴⁰ Sobre a história da *Socila* ver: <<http://www.socilaescola.com.br/site/historia-da-socila/>> Acesso em: 23 jan. 2016.

³⁴¹ FOUCAULT, Michel, op. cit., p. 163-164.

O comportamento dessas mulheres em aparições públicas era analisado por parte da sociedade que valorizou esse tipo de espetáculo, pois a beleza estava atrelada a uma moral ilibada, além do capital cultural possuído pela aspirante a *miss*, como a jovem Ana Maria Nascimento que foi coroada com os títulos de *Rainha da Primavera*, *Glamour Girl*, *Rainha da Micareta* e *Miss Feira 1967* e, conforme perfil publicado na revista *Gente Importante*,

Entre os autores que aprecia estão Balzac, nos clássicos e Adonias Filho além de Guimarães Rosa, nos atuais. Na música erudita prefere Chopin e na popular é adepta da brasileira e o samba em particular, apontando como compositor de preferência Vinicius de Moraes e Chico Buarque de Holanda, outrossim gosta bastante do “iê-iê-iê”. No mundo dos esportes adora futebol, natação, hipismo e boliche. [...] tem se revelado excelente manequim de vários destacados desfiles promovidos nesta cidade. Estes predicados fizeram com que ela fosse um dos destaques entre os “Vips” que apresento neste ensejo.³⁴²

O colunista enfatizou as características ideais que estão associadas ao modelo de beleza vigente na década de 1960 em Feira de Santana. Além da beleza, a *miss* Ana Maria possuía um elevado capital cultural e se afastava daquilo que era considerado comum – mesmo apreciando o samba, tinha por preferência compositores considerados de vanguarda e de pouco acesso e consumo das classes menos abastadas - estratégia de distinção social reconhecida pelo colunista que expos seu perfil na publicação. A personalidade da “rainha” da beleza também é afirmada através da apropriação de determinados bens culturais que demandam um investimento de tempo para serem adquiridos, como o gosto por literatura e música.

Beleza e inteligência feminina foram assuntos bastante discutidos no jornal *Folha do Norte* durante os anos 50 e 60. A professora Zoíla Ribeiro Chagas mantinha uma coluna no periódico onde analisava e comentava os problemas do cotidiano da cidade. Frequentemente, opinava sobre a relação entre homens e mulheres no jogo social e numa das suas crônicas dissertou sobre os problemas que podiam ocorrer a uma mulher que aspirava ao casamento.

Ser inteligente

Vocês já devem ter ouvido centenas de vezes, lido em dezenas de revistas, comentários a respeito do cuidado com que uma moça deve esconder o perigoso atributo que é a inteligência. Chegam a dizer que não há maior empecilho ao casamento do que um grau universitário. [...] Essa noção bastante espalhada, é inteiramente falsa e têm, muitas vezes, consequências sérias. Uma mocinha, muito mocinha corre o risco de casar com o primeiro sujeito medíocre que a pedir em casamento, por medo de nunca mais aparecer outro. Por outro lado a sociedade impõe a contribuição de mulheres excepcionalmente dotadas para uma profissão, mas não tomam coragem de entrar para uma escola superior com medo de serem consideradas “crânios”.

³⁴² DALTRO, Cid, op. cit., p. 27.

[...]

Está claro que os homens inteligentes, são tão sensíveis quanto os outros a um par de pernas torneadas, uma cintura fina, uns olhos pestanudos. Eles não aceitarão, porém, uma mulher que tenha apenas esses agradáveis atributos. E é essa classe de homens que vocês estão interessadas em atrair, não?

[...]

Nada de sustos por causa de um Q.I. muito alto, meninas. Haverá, não duvidem, quem saiba apreciá-lo. É só não falar de Sociologia Jurídica do Trabalho ou sobre Dostoiévski numa noite de lua.³⁴³

Durante a década de 50 algumas feirenses assumiram postos no mercado de trabalho e outras pertencentes as famílias influentes da cidade decidiram dar continuidade aos estudos e após concluírem o ginásio na Escola Normal, ingressaram em cursos de nível superior. Em alguns dos seus textos a colunista Zoíla Ribeiro incentivou suas leitoras ao estudo e a emancipação intelectual sem abrir mão do cuidado com a aparência e beleza. Inteligente sim, porém linda.

A cronista aconselha que o nível intelectual feminino não podia ser motivo de preocupação para as moças casadoiras, pois evitariam os “mediócras” e encontrariam um homem inteligente para assumir um compromisso. Porém, deveriam ser cautelosas, pois demonstrar conhecimento em determinados momentos poderia afastar o marido ou pretendente. O capital intelectual é visto como uma qualidade no jogo da conquista matrimonial – mulheres inteligentes conquistarão homens inteligentes - e na conservadora sociedade feirense, o modelo ideal de mulher burguesa perpassou pelas características de submissão, disponibilidade e discrição acerca do nível intelectual feminino em detrimento do masculino, sendo delegado a ela o sucesso da relação. Ainda de acordo com as fontes consultadas, algumas mulheres que ao concluírem o ensino superior imediatamente contraíram o matrimônio e não exerceram a profissão, dedicando-se às atividades domésticas.

³⁴³ CHAGAS, Zoíla Ribeiro. Ser inteligente. Jornal Folha do Norte. 12.09.1959. Edição 2619, p. 02. Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se neste trabalho, analisar o vestuário e a aparência como características de distinção social na cidade de Feira de Santana nas décadas de 1950 a 1960, a partir dos textos, imagens e propagandas veiculadas no jornal *Folha do Norte* e na revista *Gente Importante*. A *Folha do Norte* atuou como instrumento de divulgação em defesa do discurso dos grupos dirigentes da cidade.

Políticos, religiosos católicos, empresários, profissionais liberais e intelectuais utilizaram o espaço do periódico para apresentar e impor a visão de mundo e o estilo de vida desse restrito grupo social. O progresso citadino que se consolidou na década de 1950 influenciou a criação da revista *Gente Importante*, publicação que apresentou os homens e mulheres que, distintos dos demais possuíam capital cultural, material e intelectual imprescindível para a aparição na publicação e por isso considerados modelos de conduta e de estilos de vida a serem copiados pela sociedade.

Segundo Georg Simmel, “a moda é a imitação de um modelo dado”³⁴⁴, desse modo, com relação aos textos publicados no periódico houve a reprodução das tendências vestimentares que vigoravam nos Estados Unidos. O conteúdo desses textos era direcionado para um público específico que possuía condições financeiras para adquirir as peças das grandes marcas que eram propagandeadas, possibilitando perceber que a distinção ocorria não somente pelo uso de determinado modelo, mas pela possibilidade de adquirir marcas específicas e dispendiosas, que não eram encontradas facilmente na cidade, obrigando algumas mulheres da elite partirem rumo a São Paulo, Rio de Janeiro e Europa para renovarem os símbolos de distinção vestimentar. Porém, o público masculino, manteve-se afastado trajés ousados, mantendo um vestuário austero e sem inovações.

O projeto de modernização urbana iniciado pelos poderes públicos e que foi divulgado no periódico não ocorreu sem embates e resistências, haja vista a existência de um grande número de reclamações sobre problemas de infraestrutura e saneamento básico da cidade que foram apontados pela fonte impressa.

Outrossim, o modelo de comportamento ideal divulgado pela *Folha do Norte* não atingiu parte da população que manteve uma postura de resistência ante um discurso excludente e conservador e por essa atitude era caracterizada como anti civilizada e mal educada. A prática desse novo modelo civilizatório também encontrou dificuldades entre os membros do *high society* e as mudanças comportamentais de alguns indivíduos desse grupo

³⁴⁴ SIMMEL, Georg, op. cit., p. 112.

ocorreram de modo paulatino, haja vista a atuação do colunista social Eme Portugal na vigilância, crítica e correção de posturas consideradas antiquadas e inadequadas.

Embates surgiram em torno do sucesso do colunismo social. Intelectuais e outros participantes da elite feirense não viam com bons olhos a espetacularização do cotidiano. Acreditavam ser pernicioso o estímulo a competição social e exibição de um jornalismo baseado em “futilidades”. Os defensores não importaram com as críticas e viram a ascensão desse tipo de escrita como “sintomas do crescimento” citadino.

O consumo, amplamente divulgado pelas fontes, foi incentivado como maneira de abandonar ou modificar o indesejado. Propagandas de cosméticos, roupas, adornos, automóveis, bicicletas, entre outros, estimulavam o leitor a escolher o que estava em voga, a fazer a escolha considerada correta e aqueles que conseguiram compor e exibir a aparência ideal eram exaltados. Tornar-se outro e assim ser aceito e reconhecido pelos demais.

Ser e parecer feminina. O ideal de vestuário e aparência desejado para a mulher feirense se manteve conservador e ressaltando os atributos necessários ao sucesso na conquista de um marido. Ademais, todas os investimentos, modificações, melhorias corpóreas e comportamentais eram com vistas a afastar os “mediócras” que não queriam compromisso e conquistar um bom companheiro.

Já para as mulheres casadas era forma de expor a riqueza dos maridos. Porém, nem todas as mulheres seguiram esses códigos: algumas incorporaram a calça comprida ao guarda-roupa e outras mantiveram os cortes de cabelo demasiado curtos. Foram vistas de modo pejorativo pelos grupos dirigentes. Eram tidas como transgressoras, “desabusadas” e muito “modernas”. Deveriam possuir um elevado capital cultural, porém comporta-se de modo cauteloso a fim de não assustar o pretendente.

Ser e parecer masculino, porém utilizar trajes elegantes, cuidar da aparência e do comportamento. Refinar os modos e se afastar da figura rústica do vaqueiro e de outros tipos considerados incivilizados. Não era de bom tom ser um *bon vivant*: deveria abdicar dos prazeres mundanos e contrair casamento com uma boa mulher. Ter um bom emprego: advogado, profissional da área de saúde, empresário ou político e ter condições manter financeiramente toda a família.

Parecer e manter-se jovem. Cirurgia plástica, receitas caseiras, remédios, tônicos, tinturas capilares, loções e cosméticos; o consumo de produtos que se utilizados da maneira correta agiriam de modo a retardar e atenuar os efeitos da velhice que segundo as fontes atrapalhavam a vida pessoal e profissional, principalmente das mulheres. Parte da sociedade também foi afetada pelo discurso de juvenilização. Mudanças nos hábitos alimentares e

prática de exercícios físicos para garantir um corpo magro e elegante. Criou-se um ideal de corpo para a elite em detrimento de um modelo corporal das classes menos abastadas. Para algumas mulheres, o reconhecimento do sucesso na aquisição das formas consideradas perfeitas ocorria nos concursos de beleza, momento de consagração desse capital aparência.

Deste modo, moda, vestuário, corpo e comportamento se configuraram como insígnias de classe para a cidade de Feira de Santana nas décadas de 1950 a 1960. Apesar do conteúdo das fontes, é possível perceber que para os membros do high society possuir esses sinais era uma importante maneira de explicitar o lugar que ocupavam na sociedade e demonstrar que tinham alcançado um alto grau de distinção.

LISTA DE FONTES

1- IMPRESSAS

ALMEIDA, Oscar Damião de. **Dicionário personativo, histórico e geográfico da Feira de Santana**. Feira de Santana: Santa Rita, 2000.

FREITAS, José Francisco Brandão de. **Eme Portugal, “o mito social feirense”**. Feira de Santana: Shekinah, 2014.

_____. **Reminiscências de Feira de Santana**. Feira de Santana: PrintMídia, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 1950**. Rio de Janeiro, 1955. 121 p. (Série regional, v.23, t.1). VI Recenseamento Geral do Brasil.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **CENSO DEMOGRÁFICO DE 1960: Bahia. VII Recenseamento Geral do Brasil: série regional**. Rio de Janeiro: IBGE, v.1, n.8, 1960. 137 p.

2- PERIÓDICOS

Museu Casa do Sertão/Centro de Estudos Feirenses - MSC/CENEF

Jornal Folha do Norte

Meu caro Aloísio – 13.01.1951 – Edição 2166, p. 04.

Uma suspensão injusta e um protesto justificado - 14.01.1950 - Edição 2114, p.01.

Noite de arte no Feira Tênis Clube – 28.02.53 - edição 2277, p.01.

Instalado o Centro Literário Aloísio Resende - 11.03.1953 – Edição 2283, p. 01.

Associação Cultural de Feira de Santana será fundada hoje – 14.11.1953 – Edição 2314, p. 01.

Micareta - 08.04.50 – Edição 2126, p.03.

Portaria da Polícia - 01.04.50 – Edição 2125, p.01.

Coisas da cidade – 06.01.1951 - Edição 2165, p. 04.

Eis o jogo, o grande putrefator - 14.11.1953 – Edição 2314, p. 01.

15.02.1958 – Edição 2536, p. 01.

Coisas da cidade – 29.07.1950 - Edição 2142, p.01.

13.01.51 – Edição 2166, p. 01.

02.01.1954 – Edição 2321, p. 04.

04.04.1953 – Edição 2282, p. 04.

13.03.1950 – Edição 2123, p. 04.

28.03.1959 – Edição 2594, p. 03.

Sociedade – por Cid Daltro – 27.08.1966 – Edição 2993, p. 04.

10.02.1956 – Edição 2435, p. 03.

25.04.1951 – Edição 2181, p. 02.

Sociedade – 25.05.1967 – Edição 3019, p. 06.

25.04.51 – Edição 2181, p. 02

21.01.1967 – Edição 3014, p. 06.

PORTUGAL, Eme. **Fugindo a rotina.** 29.03.1958 – Edição 2542, p. 06.

Coisas da cidade - 06.01.1950 – Edição 2153, p.01.

Jornal Folha do Norte – **Coisas da cidade** - 06.01.1950 – Edição 2153, p.01.

RIBEIRO, Zoíla. **Arma de dois gumes.** 27.12.1958 – Edição 2581, p. 06.

Sociedade – 09.02.1967 – Edição 2482, p. 03.

Sociedade – 06.01.1968 – Edição 3064, p. 06.

17.01.1909 – Edição 02, p.01.

Folha do Norte é 100 - 20.11.2009 – Edição especial de 100 anos, p. 01.

14.02.1953 – Edição 2275, p. 03.

Sociedade – 07.01.1956 – Edição 2426, p. 04.

DÓREA, Hélio. **Sociedade.** 01.12.1956 – Edição 2473, p. 03.

PORTUGAL, Eme. **As Dez Mais Elegantes de 1958.** 11.10.1958 – Edição 2570, p. 06.

PORTUGAL, Eme. **Sociedade.** 10.02.1968 – Edição 3069, p. 06.

PORTUGAL, Eme. **Sociedade**. 13.01.1968 – Edição 3065, p. 06.

Sociedade – 08.03.1958 – Edição 2539, p. 01.

PORTUGAL, Eme. **Sociedade**. 12.11.1955 – Edição 2418, p. 06.

PITOMBO, Samuel. **Carta a um cronista**. Edição 2542, p. 01.

No mundo da moda – 11.12.54 – Edição 2370, p. 03.

No mundo da moda –24.04.1954 – Edição 2334, p. 03.

No mundo da moda –11.12.1954 – Edição 2370, p. 03.

Assuntos Femininos –12.08.1967 – Edição 3043, p. 03.

Sociedade –14.09.1968 – Edição 3100, p. 06.

Sociedade –10.01.1968 – Edição 3064, p. 06.

MACHADO, Franklin. **108 km., 2,30 horas, 38 graus**. 26.03.1966 – Edição 2971, p. 06.

Sociedade – 07.06.1958 – Edição 2552, p. 06.

22.10.1966 – Edição 3001, p. 03.

Sociedade – 05.04.1966 – Edição 2972, p. 02.

Sociedade – por Cid Daltro – 27.08.1966 – Edição 2993, p. 04.

Machadadas– 07.05.1966 – Edição 2977, p. 02.

Sociedade – por Cid Daltro - 05.06.1966 – Edição 2982, p. 02.

CARVALHO, Anacleto. **Olá, bigodes**. 27.06.1953 – Edição 2294, p. 03.

Conselhos de Beleza – 10.03.1951 – Edição 2174, p. 03.

Rugas no rosto – 03.03.1951 – Edição 2173, p. 03.

Novo regime para prolongar a vida – 08.09.1951– Edição 2200, p. 03.

WATT, James. **Hoje tem espetáculo**. 18.07.1953. Edição 2297, p. 03.

O encanto dos novos óculos femininos – 14.01.1950 – Edição 2114, p. 01.

Higiene do couro cabeludo – 21.04.1951 – Edição 2180, p. 03.

Tintura para os cabelos – 10.03.1951 – Edição 2174 p. 03.

A Igreja em marcha com os cabeludos – 07.10.1967 – Edição 3051, p. 01.

Cirurgia de beleza – 20.10.1951 – Edição 2206, p. 03.

Sociedade – 28.08.1969 – Edição 3149, p. 06.

Sociedade – 11.07.1964 – Edição 2881, p. 04.

O lutador Manoel Nascimento lança um desafio – 03.03.1951 – Edição 2173, p. 01.

21.08.1954 – Edição 2354, p. 03.

Antônio José Laranjeira Comenta – 30.05.1964 – Edição 2875, p. 02.

ALENCAR, Helder. **A grande lição.** 25.06.1966. Edição 2984, p. 01.

Sociedade por Eme Portugal – 24-06-1967 – Edição 3036, p. 02.

CHAGAS, Zoíla Ribeiro. **Ser inteligente.** 12.09.1959. Edição 2619, p. 02.

Jornal Vanguarda

PORTUGAL, Eme. **Sociedade.** 18.02.1962 – Edição, p. 03.

Revista *Gente Importante* (1966-1967)

FONTES ORAIS

Entrevista realizada com a senhora Arlete Soares, concedida a autora no dia 28 de maio de 2015 na cidade de Feira de Santana.

Entrevista realizada com o senhor Ailton Pitombo, concedida a autora no dia 11 de junho de 2015 na cidade de Feira de Santana.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Oscar Damiano de. **Dicionário personativo, histórico e geográfico da Feira de Santana**. Feira de Santana: Santa Rita, 2000.

ANDRADE, Ana Maria Mauad de Sousa. **Sob o signo da imagem**. A produção da fotografia e o controle dos códigos da representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX. 1990. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 1990.

ANDRADE. Celeste Maria Pacheco de. **Origens do povoamento de Feira de Santana** – um estudo de história colonial. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1990.

ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega. **“Espelho meu, agora a mais bela sou eu”**: cartografias da história da beleza no Brasil. 2008. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, 2008.

AREND, Silvia Maria Fávero e VOKS, Douglas Josiel. **Revista Veja, masculinidades e consumo (década de 1970)**. História Revista – Revista da faculdade de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, v. 19, n. 2, 2014, p. 77-101. Disponível em <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/historia/article/view/32121/18614>>. Acesso em 28 de mai. de 2015.

AZEVEDO, Thales de. **As regras do namoro a antiga**: aproximações socioculturais. São Paulo: Ática, 1986.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**: história da imprensa brasileira, 1990.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BASSANEZI, Carla Silvia Beozzo. **Virando as páginas, revendo as mulheres**: revistas femininas e relações homem-mulher 1945-1964. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

BESSE, Susan. **Modernizando a desigualdade**: reestruturação da ideologia de gênero no Brasil, 1914-1940. São Paulo: EDUSP, 1999.

BOAVENTURA, Eurico Alves. **A paisagem urbana e o homem**. Feira de Santana: Editora da UEFS, 2006.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda**: costurando mulher no espaço público. Estudo sobre a sociabilidade feminina na cidade de São Paulo 1913-1929. 2000. Dissertação (Mestrado em História). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2000.

BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2015.

_____. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

_____. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato. (org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

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

CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Ligia. **O bravo matutino**: imprensa e ideologia no jornal O Estado de São Paulo. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

CARDOSO, Ciro Flamarion.; MAUAD, Ana Maria. História e imagem: os exemplos da fotografia e do cinema. In: CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo (Orgs.). **Domínios da História**: ensaios de teoria e metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

CARLOS, Ana Fani A. **Espaço-tempo na metrópole**: a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2001.

CASADEI, Eliza Bachega. Jornalismo de Moda em revista: momentos históricos do registro de editorial da Moda no Brasil no período anterior aos anos 60. **Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo**, n.º 53, p. 01-09, 2012. Disponível em <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao53/materia03/>. Acesso em: 03 jul. 2015.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. 2001. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2001.

CENSO DEMOGRÁFICO DE 1960: Bahia. **VII Recenseamento Geral do Brasil**: série regional. Rio de Janeiro: IBGE, v.1, n.8, 1960.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; Lisboa: Difel, 1990.

CHARTIER, Roger. Entrevista. **ACERVO**: Revista do Arquivo Nacional. V. 8, n. 1-2 (jan./dez. 1995). Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1995, p. 03-11. Disponível em < http://www.portalan.arquivonacional.gov.br/media/v8_n1_2_jan_dez_1996.pdf> Acesso em: 14 out. 2010.

_____. O mundo como representação. **Estudos avançados**. São Paulo, v. 5, n. 11, 1991, p. 173-191. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci_arttext> Acesso em: 21 jan. 2017.

CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda nos anos 60/70. (Comportamento, aparência e estilo). **Recôncavos** - Revista Acadêmica do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, v. 2, p. 35-44, 2008. Disponível em <http://www2.ufrb.edu.br/edicoes/n02/pdf/Renata.pdf>. Acesso em 03 jul. 2015.

_____. **A sagração da aparência**: o jornalismo de moda na Bahia. Salvador: EDUFBA, 2011.

COUTINHO, Iluska. **Colunismo e poder:** representação nas páginas de Jornal. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 01, p. 1-87, 2008. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/coutinho-iluska-colunismo-poder.pdf>>, p. 13. Acesso em: 03 jul. 2015.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e Conversas de Mulher.** São Paulo: Planeta do Brasil, 2013.

DINIZ, Aline F., SANTOS, Rosângela Leal, SANTO, Sandra Medeiro. Avaliação dos riscos de seca para o município de Feira de Santana-BA associado a influência do *El niño* no semi-árido do Nordeste brasileiro. **+Geografia's**, Feira de Santana, n. 1, p. 18-24, mai. 2008.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte:** investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia da corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

ELMAN, Débora. **Jornalismo e estilo de vida:** o discurso da revista Vogue. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

FERRAZ, José Ricardo. Ninguém nasce bela, torna-se bela. “Miss Brasil”: beleza e gênero (1950-1980). **Revista Transversos**. “Dossiê: O Corpo na História e a História do Corpo”. Rio de Janeiro, vol. 05, nº. 05, pp. 74-85, Ano 02. dez. 2015. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/transversos>>. ISSN 2179-7528. DOI: 10.12957/transversos.2015.19798. >. Acesso em: 31 jan. 2016

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir.** Petrópolis, Vozes, 1987.

FREITAS, Antonio Fernando Guerreiro de. “Eu vou para a Bahia”: a construção da regionalidade contemporânea. **Bahia Análise e Dados**. Salvador: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, v.9, n.4, Março de 2000.

FREITAS, José Francisco Brandão de. **Eme Portugal, “o mito social feirense”.** Feira de Santana: Shekinah, 2014.

_____. **Reminiscências de Feira de Santana.** Feira de Santana: PrintMídia, 2013.

GALDINO, Tarciane Mesquita. **Espaço público e socialidades impressas:** o estilo cotidiano nas colunas sociais. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal da Paraíba, 2013.

GOLDENBERG, Mirian e RAMOS, Marcelo Silva. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Nu e vestido:** dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2007, p. 25-32.

GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: gênero, casamento e envelhecimento na cultura brasileira. **REDIGE** – Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégica. São Paulo, v. 01, n. 01, p. 192-200, 2010.

GONÇALVES, José Henrique Rollo. Escavando o chão das futilidades: colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais. **Revista de História Regional**, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 35-58, 1999. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2082>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

GONÇALVES, Marcos Ferreira. **Roupas de ver Deus: cotidiano e vestimenta em Salvador (1958-1968)**. 2012. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História Regional e Local, Universidade Estadual da Bahia, 2012.

KLANOVICZ, Luciana Rosar Fornazari. Corpos masculinos na revista *O Cruzeiro*. **Revista Unisinos**, São Leopoldo, v. 13, n. 2, mai/ago., 2008, p. 168-179. Disponível em <revistas.unisinos.br/index.php/historia/article/view/5085/2345>. Acesso em 28 de mai. de 2015.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. Campinas: Papius, 2003.

LE GOFF, Jacques. **A história nova**. São Paulo, SP: M. Fontes, 1990.

LEITE, Márcia Maria da Silva Barreiros. **Educação, cultura e lazer das mulheres de elite em Salvador, 1890-1930**. 1997. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal da Bahia, 1997.

LIMA, Carlos Alberto Alves. **De luzes e becos: cartografias, itinerários e imagens do Complexo da Rua do Meio (1940-1960)**. 2014. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Estadual de Feira de Santana, 2014.

LOPES, Ana Claudia Lourenço Ferreira. **A Celeste Modas e as butiques de Copacabana nos anos 1950: distinção, modernidade e produção do *prêt-à-porter***. 2014. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014, Rio de Janeiro, 2014.

MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia à História: folheando páginas revisteiras. **Revista História**. V. 22. Número 01. Franca-SP. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-90742003000100003> Acesso em 05 out. 2012.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MELLO, João Manuel C. de e NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: NOVAIS, Fernando e SCHWARCZ, Lília Moritz (Orgs.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

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

MOTA, Maria Dolores de Brito. De Vênus a Kate Moss: reflexões sobre corpo, beleza e relações de gênero. **Anais do III Encontro Latinoamericano de Diseño**. Comunicaciones

Academicas. Buenos Aires, Argentina, año III, vol. 5, marzo, 2008, p. 100-104. Disponível em http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=1&id_articulo=5643>. Acesso em: 31 jan. 2016.

NASCIMENTO, Kelly Cristina. **Entre a mulher ideal e a mulher moderna:** representações femininas na imprensa mineira - 1873-1932. 2006. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos. **Feira de Santana tempos de modernidade:** olhares, imagens e práticas do cotidiano. (1950-1960). 2008. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, 2008.

OLIVEIRA, Clóvis Frederico Ramaiana Morais. **“Canções da cidade Amanhecendo”:** urbanização, memórias e silenciamentos em Feira de Santana, 1920-1960. 2011 (Tese de Doutorado) Brasília: Universidade de Brasília, 2011.

ORY, Pascal. O corpo ordinário. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo.** Petrópolis: Vozes, 2009.

PÀGES-DELON, Michèle apud SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder:** novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970. 2005. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005.

PERROT, Michelle. **As mulheres ou os silêncios da história.** Bauru: EDUSC, 2005.

_____. **Minha história das mulheres.** São Paulo: Contexto, 2013.

_____. **Mulheres públicas.** São Paulo: Editora da UNESP, 1998.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos Anos Dourados.** São Paulo: Contexto, 2014.

POPPINO, Rollie. **Feira de Santana.** Feira de Santana: Itapuã, 1968.

PORTER, Roy. História do corpo. In: Burke, Peter (org). **A Escrita da História.** São Paulo: Editora da Unesp, 1992.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda:** novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora da UNB, 2002.

RAMOS, Cristiana Barbosa de Oliveira. **Timoneiras do bem na construção da cidade princesa:** Mulheres de elite, cidade e cultura (1900-1945). Dissertação (Mestrado em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional). Universidade do Estado da Bahia, Santo Antonio de Jesus, 2007.

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. **Tecendo por trás dos panos:** a mulher nas relações familiares. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

ROCHE, Daniel. A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). São Paulo: Editora Senac, 2007.

RODRIGUES, Andréa da Rocha. **Honra e sexualidade infanto-juvenil na cidade do Salvador, 1940-1970**. 2007. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, 2007.

ROSA, Rita de Cássia Vianna. **As mulheres de “Paraiburgo”**: representações de gênero em jornais de Juiz de Fora/MG (1964-1975). 2009. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, Niterói.

SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder**: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970. 2005. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005.

SANTA’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANTOS, Cátia Maria Ferreira dos. **Visões de uma cidade**: Imagens Urbanas de Feira de Santana (1929-1940). Feira de Santana: Editora da UEFS, 2004.

SANTOS, Grazyelle Reis dos. **Literatura e cultura em Feira de Santana**: práticas, usos e tendências em impressos da Folha do Norte (1951-1969). 2008. Dissertação (Mestrado em Literatura e Diversidade Cultural) Universidade Estadual de Feira de Santana, 2008.

SCOTT, Joan Wallach. **Gênero**: uma categoria útil para análise histórica Educação e Realidade. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez, 1995, p 71-99. Disponível em <<http://sistema.clam.org.br/biblioteca/files/Genero%20-%20Joan%20Scott%5B1%5D.pdf>> Acesso em: 19 de ago. de 2014.

SERPA, Leoní Teresinha Vieira. **A máscara da modernidade**: a mulher na revista O Cruzeiro (1928-1945). 2003. Dissertação (Mestrado em História). Universidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul, 2003.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**: no loop da montanha-russa. São Paulo. Companhia das Letras. 2001.

SILVA, Miranice Moreira da. **Entre máscaras e serpentinas**: por uma história dos festejos carnavalescos feirenses (1891-1939). 2013. Dissertação (Mestrado em História, Cultura e Poder). Universidade Estadual de Feira de Santana, 2013.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2014.

_____. **La tragédie de la culture et autres essais**. Marselha: Rivages, 1988.

SIMÕES, Kleber José Fonseca. **Os homens da Princesa do Sertão**: modernidade e identidade masculina em Feira de Santana (1918-1938). (Dissertação Mestrado em História) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

SOIHET, Rachel. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In PRIORI, Mary Del (org.), **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

SOUZA, Eronize Lima. **Prosas da valentia:** violência e modernidade na princesa do sertão (1930-1950). 2008. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

SOUZA, Tatiane de Santana. **A mulher no jornal Folha do Norte (1950-1959)**. 2010. Monografia. (Licenciatura em História). Universidade Estadual de Feira de Santana. Feira de Santana: UEFS, 2010.

TILLY, Louise A. Gênero, História das Mulheres e História Social. **Cadernos Pagu**, n. 3, 1994, p. 29-62. Disponível em <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=51008>>. Acesso em 19 de ago. de 2014.

VANNIN, Iole Macedo. **Educando “Machos”, Formando Homens:** o Ginásio /Seminário São Bernardo. Dissertação (Mestrado em História). Salvador: UFBA, 2002.

VINCENT-RICARD, Françoise apud SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Aparência e poder:** novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970. 2005. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2005.

WOLF, Naomi, **O mito da beleza:** como imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.