

MULHERES EM ITUIUTABA NOS ANOS 1960

Angela Aparecida Teles
Professora Adjunta da FACIP/UFU
angelateles@pontal.ufu.br

Mara de Fátima Marques Dutra
Graduada em História pela FACIP/UFU
mara.dutra@hotmail.com

Resumo: Este texto trata da história de mulheres na cidade de Ituiutaba na década de 1960/70. Discutimos os trabalhos sobre as mulheres ancorados na História Social e na História das Mulheres situando historicamente a contribuição dos estudos sobre as mulheres no processo de renovação da historiografia a partir da segunda metade do século XX. Buscando contribuir para a História Local utilizamos fontes históricas para buscar mapear elementos do imaginário social sobre a mulher em Ituiutaba. Interpretamos os componentes deste imaginário produzidos e veiculados na imprensa local. Trabalhamos com as matérias publicadas nos anos 1960 em quatro jornais: *Folha de Ituiutaba* (1960), *Correio do Triângulo* (1964/65), *Cidade de Ituiutaba* (1967) e *Município de Ituiutaba* (1968). As reportagens e as imagens que as ilustravam, assim como a propaganda de cosméticos e utilidades domésticas foram selecionadas buscando as representações do “ser mulher” naquele contexto. A propaganda estava, nessa sociedade, entrelaçada aos anúncios comentados que também continham opiniões próprias dos grupos que pretendiam manter as raízes do conservadorismo vivas. A caracterização de alguns comportamentos influenciados por inovações, como a utilização da pílula anticoncepcional que trouxe uma maior liberdade sexual, ou de roupas ousadas como símbolo de ateísmo representa uma sociedade que lutava contra esses hábitos em prol de uma moral religiosa cristã.

Palavras-chave: Mulheres, Ituiutaba, imprensa.

A mulher na imprensa ituiutabana

Os jornais, assim como outras fontes históricas, não são evidências neutras ou inocentes registros diários de informações. A imprensa periódica composta por grandes jornais diários, jornais regionais e locais, revistas nacionais, revistas de variedades, culturais, especializadas ou militantes, gibis, jornais alternativos ou de humor não é um espelho fiel do passado ou do presente, mas prática carregada de subjetividade que precisa ser interpretada como um monumento, como nos alertou Jacques Le Goff (1984).

De acordo com Heloísa de Faria Cruz e Maria do Rosário C. Peixoto, os jornais e as revistas são forças ativas na constituição da hegemonia social, pois atuam:

No fomento à adesão ou ao dissenso, mobilizando para a ação; na articulação, divulgação e disseminação de projetos, ideias, valores, comportamentos, etc.; na produção de referências homogêneas e cristalizadas para a memória social; pela repetição e naturalização do inusitado no cotidiano, produzindo o esquecimento; no alinhamento da experiência vivida globalmente num mesmo tempo histórico na sua atividade de produção de informação de atualidade; na formação de nossa visão imediata de realidade e de mundo; na formação do consumidor, funcionando como vitrine do mundo das mercadorias e produção das marcas (CRUZ; PEIXOTO, 2007, p.259).

Num primeiro momento, buscamos artigos, reportagens ou imagens que se referissem às mulheres. A partir desse material coletado, passamos a pensar nas características da imprensa local. Dos jornais pesquisados, apenas o jornal *Município de Ituiutaba* era um órgão oficial do município que passou a circular em 1967, em plena ditadura civil-militar. Os outros jornais pertenciam a proprietários particulares. Os jornais *Folha de Ituiutaba*, *Município de Ituiutaba* e *Cidade de Ituiutaba* indicam já no título a pretensão de delimitar sua atuação à Ituiutaba, com exceção do *Correio do Triângulo* que buscava atingir outros municípios do entorno.

Sauloéber Társo de Souza, ao pesquisar o universo escolar na imprensa ituiutabana, salientou que a maioria dos redatores e colaboradores desses jornais era constituída “por homens influentes tanto no campo cultural quanto na esfera política do município, porém todos eles exerciam outras ocupações profissionais, no setor bancário, no comércio ou na indústria” (SOUZA, 2010, p.532). Esse traço que marcou a imprensa local aponta para a fragilidade do mercado de consumo dos bens culturais, impossibilitando a esses homens viver exclusivamente como empresários dos meios de comunicação, tornando-os dependentes das forças políticas locais e dos empresários anunciantes.

Tal dependência é percebida nas imagens, nos artigos e nas notícias sobre as mulheres, objeto especial de nossa atenção. É no espaço destinado à propaganda que encontramos mais referências à mulher. A venda de cosméticos é um centro do qual emanam as notícias sobre concursos de beleza, conselhos de como se comportar e cuidar da aparência. Também no anúncio de eletrodomésticos ou de vendas de pacotes de turismo, e ainda, nos debates sobre moda. Estes são os espaços em que se construíram representações sobre a mulher que permeavam o imaginário social naquele contexto.

A “capital do arroz” que se projetava como uma cidade moderna devia cuidar da aparência de suas mulheres e vender os novos produtos disponibilizados pelos anunciantes que sustentavam os jornais. O culto à aparência, como uma primeira condição de sucesso para as mulheres, não era pregado apenas pela imprensa local. Um fragmento veiculado na *Folha de São Paulo*, jornal diário de grande circulação, em 1965, propunha uma série de normas (cinco no total) que deveriam ser seguidas à risca por mulheres que desejavam se casar. Na sua abertura, este fragmento apresenta o tema a ser tratado:

Como arranjar um marido. Eis um tema que tem apaixonado todos os quadrantes da terra e ocupado longas páginas em revistas, jornais e publicações femininas, de todos os países. O que uma mulher deve fazer para encontrar um marido, as situações que deve evitar e as ocasiões que não deve perder são, em linhas gerais, o conteúdo dessas publicações que interessam às solteiras, jovens e velhas (FOLHA DE SÃO PAULO, 12 de setembro de 1965).

O bem-humorado cronista, pensamos que se trata de um homem, mas não sabemos seu nome, segue apresentando suas normas. Neste momento, nos interessa analisar a norma nº 3:

3 - Uma jovem que deseja casar-se deve cuidar de sua aparência e beleza. Deve estar sempre impecavelmente vestida e maquiada. Isso não quer dizer que se apresente ‘embonecada’ todo o tempo. Mas não poderá negligenciar seu aspecto físico, que deverá ser o melhor possível. Uma jovem com um vestido de algodão e uma sandália aberta poderá estar linda e impecável, se sua pele estiver bem cuidada, seus cabelos penteados e seus pés tratados. Os pequenos detalhes são importantíssimos para despertar o interesse de um admirador. Mãos e unhas bonitas, cabelo de corte elegante e penteado correto, rosto sugestivo, valorizado por uma maquiagem perfeita, vestidos simplesmente elegantes, dentes impecáveis (FOLHA DE SÃO PAULO, 12 de setembro de 1965).

Ainda que o cronista ironize as publicações voltadas ao público feminino, ele assume um tema precioso para tais revistas: a beleza associada à venda de cosméticos e à indústria da moda. Será que estes conselhos em forma de normas seriam reproduzidos na imprensa da cidade de Ituiutaba? Como as pressões da indústria da moda e dos cosméticos se faziam presente nas páginas dos jornais? Vejamos um fragmento de um

artigo assinado por Teresinha Reis, na seção *De mulher para mulher*, em 1965, no jornal *Correio do Triângulo*¹:

BELEZA – Se você querida leitora quiser que sua pele fique lisa clara e sem defeito, é preciso que lhe dedique alguns minutos diariamente, com uma cuidadosa limpeza. Antes de mais nada, todas as noites, antes de deitar, tire toda maquiagem, deixando completamente os poros desobstruídos. Pela manhã não se contente com uma ligeira lavagem com água, porque durante a noite a pele transpira e as glândulas sebáceas funcionam. Portanto, torna-se necessária uma nova e profunda limpeza. Para o tratamento diário, escolha os produtos que mais se adaptem ao seu tipo de pele. Se você passar a manhã inteira trabalhando fora de casa e voltar para o trabalho depois do almoço, faça no intervalo uma nova, embora ligeira limpeza. Assim evitará passar o pó de arroz sobre a maquiagem feita horas antes e já imperfeita, salvando a sua cútis do perigo dos poros dilatados. Escolha, para essa limpeza um produto fácil de aplicar. Uma vez por semana, é preciso fazer uma limpeza profunda, demorada e rigorosa. Na Farmácia e Drograria Popular, você encontra excelente variedade desses produtos com todas as instruções para o seu uso. Farmácia e Drograria Popular – a melhor solução para sua beleza [...] (CORREIO DO TRIÂNGULO, abril de 1965).

Aqui não temos a sutileza de uma propaganda subliminar, pois o anúncio da Farmácia e Drograria Popular é claro. Ainda na mesma seção, após o tema da beleza, encontramos outros dois tópicos: boas maneiras e bom humor:

Boas maneiras – É como assistimos uma dama levantar-se ao ser apresentada a um cavalheiro. É errado. Se esta sentada, deve continuar sentada e a não ser que se trate de um chefe de Estado, ou coisa parecida, será sempre o cavalheiro que deve ser apresentado a dama. O aperto de mão deve ser completo, franco e rápido. Há mulheres que estendem a mão mole sem vida; outras parecem que estarem enfrentando dinamites, temerosas, estendendo simplesmente as pontas dos dedos. Às vezes, um simples aperto de mão define o temperamento e a educação de uma pessoa.

Bom humor – Maria parabéns pela limpeza da cozinha. Uai a senhora viu? Não. É que todos os pratos estão cheirando sabão (Correio do Triângulo, abril de 1965).

A seção assinada por Teresinha Reis funcionava como uma escola de etiquetas para as mulheres da elite ituiutabana. Cuidar da aparência e comportar-se em público faziam parte deste aprendizado. O “bom humor” deixa claro para quem se destinavam

¹ *Correio do Triângulo* (1959- 1965) circulação semanal, tinha como diretor comercial Joaquim Pires das Neves, redator chefe Jayme Gonzaga Jayme e o secretário Benjamin Dias Barbosa. Encontramos muitas imagens, fotografias de personalidades, anúncio de moda.

os conselhos: para as mulheres que podiam manter empregadas domésticas. Essa “piada” constrói um clima de cumplicidade entre mulheres sempre às voltas com uma suposta “baixa qualidade dos serviços domésticos prestados” a essa elite.



Figura 1: Coluna Teresinha Reis. *Correio do Triângulo*, Agosto de 1965.

Vera Lúcia Puga de Sousa pesquisou a educação de jovens da elite de Uberlândia e Araguari na década de 1960. Essa autora documentou os discursos de cronistas imprensa de Uberlândia que recriminavam o que classificavam como “exageros de vaidades com o corpo”, mas também registrou “uma prática [corrente] para jovens e senhoras de nível econômico mais elevado: cursos de etiqueta social - como a socila - que ensinavam como vestir-se, maquiar-se, perfumar-se, e assim a se portarem nas diversas ocasiões sociais[...]" (SOUSA, 1993, p.107).

Analisando a imprensa local em busca de representações sobre a mulher ituiutabana, notamos a importância da aparência para essa sociedade interiorana que sonha com o progresso. Pelo que pudemos observar, as matérias de jornais trazem, por meio da propaganda de produtos de consumo e de concursos de beleza, a pretensão de construir a imagem de uma sociedade moderna e atualizada com as novidades dos grandes centros urbanos.

Porém, por meio do teor dos comentários um apego pela tradição sem desprezar os supostos avanços capitalistas. Na verdade, o que está claro nesse contexto é um culto à aparência, no qual há o revestimento de uma fina camada moderna, mas nas bases ainda reinam os padrões tradicionais. A imprensa local é um espaço social em que se estimula o consumo e o comércio dos produtos “modernos”; e no qual esse novo

modelo de sociabilidade é divulgado e adaptado ao conservadorismo local. Ou seja, a modernização da “capital do arroz” não foi desejada e vivenciada sem contradições e ambiguidades.

A construção da mulher como mãe e esposa

O culto à aparência pode sugerir, num primeiro momento, uma visibilidade pública da mulher, mas em outros anúncios o espaço doméstico é construído como o lugar social da mulher na condição de esposa, mãe e dona de casa. A imagem de uma máquina de lavar roupas no jornal *Folha de Ituiutaba*² era acompanhada pelo seguinte texto:

Totalmente automática, a máquina de lavar Torga é um verdadeiro descanso para a dona-de-casa: ensaboa com água quente ou fria, enxágua, quantas vezes for preciso, torce, desliga-se sozinha, automaticamente, enquanto a “patroa” cuida de outros afazeres.



Figura 2: Torga (FOLHA DE ITUIUTABA, julho de 1960)

Se pensarmos que atualmente, com todas as “facilidades do crediário a perder de vista”, o custo de uma máquina de lavar roupas ainda é alto, podemos vislumbrar o movimento de construção de um mercado de luxo para a elite local. O que não deixa de ser contraditório como apontaram Marina Maluf e Maria Lúcia Mott (1998) ao

² *Folha de Ituiutaba* (1952-1964) de circulação semanal intitulava-se “órgão dedicado aos interesses da região”; era produzido em duas folhas, possuindo em seu interior muito anúncios de lojas, médicos, vendas de tratores, farmácia. Encontramos editais de proclamas e de notificações da prefeitura; coluna social e várias fotos de personalidades em destaque e imagem de produtos.

analisarem as propagandas de eletrodomésticos na primeira metade do século XX. De acordo com essas pesquisadoras, os produtos eram destinados a uma elite econômica que prescindia deles, uma vez que tinham à sua disposição uma farta e barata mão de obra para os serviços domésticos. O anúncio era destinado à patroa, mas quem deveria usá-la seria a mesma empregada simplória ironizada na coluna de Teresinha Reis em 1967. Podemos questionar até que ponto tais produtos foram aceitos e incorporados ao cotidiano das famílias abastadas de Ituiutaba naqueles anos.

Ainda analisando os anúncios na imprensa local, encontramos representações que construíam a mulher como esposa e mãe. Vejamos esta imagem, um anúncio das colônias do Sesc de Belo Horizonte (Serviço Social do Comércio) localizadas em Bertioga, destinado ao comerciário, publicado no jornal *Folha de Ituiutaba*, 1960.



Figura 3: Colônias do Sesc (FOLHA DE ITUIUTABA, 07 de maio de 1960)

Ao observarmos a imagem, podemos perceber no primeiro plano um homem na praia lendo um jornal tranquilamente; no segundo plano, vemos a mulher cuidar de uma de suas filhas enquanto os outros dois brincam na areia. Nesta imagem, temos a representação da mulher que não deve se descuidar de sua prole, mesmo nos momentos de lazer; assegurando o sossego necessário para seu marido. Todos estão felizes.

A mulher representada em segundo plano. Isso não é pura coincidência, pois uma imagem nunca é inocente, principalmente, quando se trata de propaganda. Essa imagem em segundo plano indica, constrói e delimita o lugar da mulher na família nuclear aí representada. Ocupando um papel secundário, seu lugar seria junto às crianças. O papel do homem seria o de provedor e à mulher cabia o cuidar e educar.

Essa divisão nas posições ocupadas pelo homem e a mulher no âmbito familiar se perpetuou ao longo do tempo (MALUF; MOTT, 1998).

Encontramos poucas matérias específicas sobre mulheres na imprensa local, mas são comuns as homenagens no dia das mães. A representação construída nestas datas era a própria idealização de um ser santificado.

Na *Folha de Ituiutaba* lemos a seguinte homenagem:

Em 1908, Filadélfia Ana Jarvis, perdendo a sua genitora, teve a feliz ideia de que se instituísse um dia do ano em memória e homenagem a todas as mães do mundo. Brotava assim, na simplicidade de uma garota, no extremo amor filial, a evocação mais sublime que uma efeméride pode nos revelar. Em meio as comemorações a palavra mãe não se individualiza, não se conceitua nos preconceitos raciais, não se define nos termos de uma sociedade que não se dilui no pantanal da vida. Mãe, seja ela branca ou preta, seja dama ou messalina, seja casada ou solteira, é sempre a mesma rainha a mesma luz que ilumina os corações dos filhos. É quando o mundo reverencia a mulher mãe concentrando em 24 horas todo carinho a que ela fez jus durante toda vida, então nós paramos por instante de joelhos, mão para o alto para ditar uma prece fervorosa às mães, cujas vidas se extinguíram em holocausto ao nascimento de seus filhos. Na sequência das gerações nos sucessos ou fracassos dos filhos, na glória dos palácios ou esteira dos cortiços, uma mulher se destaca, luta, vibra, sofre, sorri e chora, tudo num misto de candura e heroísmo. Esse abnegado Anjo do Senhor é nossa mãe. (FOLHA DE ITUIUTABA, maio de 1960).

Assim, podemos perceber que o jornal veiculava um imaginário que construía o papel de mãe como essencial para a mulher. Mesmo as mulheres com condutas desviantes do socialmente instituído eram lembradas e exaltadas nesse dia, pois a maternidade as absolvía. Ao que parece, fazia parte do projeto da imprensa local não deixar que este imaginário fosse esquecido, reforçando-o todos os anos.

Maluf e Mott (1998) ao estudarem a vida privada no final do século XIX e na primeira metade do século XX, apontaram para esse papel instituído de rainha do lar e mãe para as mulheres e, ao mesmo tempo, a valorização do estar sempre bonita e apresentável. Ao tratarem destas questões, ainda que em uma época distante da nossa, nos ajudam a pensar a continuidade destas representações sobre a mulher.

Ao trabalhar com jornais da década de 1960, notamos uma representação constante da mulher que a construía como mãe e esposa, e que convivia com um culto à aparência. A imprensa local se construía como sujeito legítimo que procurava dar conselhos sobre como as mulheres deveriam cuidar de sua aparência, ter boas maneiras e se comportarem adequadamente diante de um homem. Acompanhando as dicas de beleza podemos perceber que existia o apelo de um mercado de consumo que buscava

se consolidar na cidade por meio dos anúncios nos quais as mulheres poderiam comprar os produtos que tentavam se constituir como necessidade.

É possível perceber pelo teor das matérias publicadas a quem estes jornais eram direcionados. Esses jornais eram produzidos por uma elite local e destinados a um público seletivo. A mesma classe que produzia o jornal também o consumia. A maior parte da população vivendo na “roça” e sem acesso à educação não tinha acesso a estas publicações. Portanto, as mulheres de classes menos favorecidas não estão presentes na imprensa local, a não ser nas piadas sobre patroa e empregada.

Moda e mudanças comportamentais

É no debate sobre a moda e o corpo da mulher que podemos encontrar indícios de comportamentos que contestavam cotidianamente o imaginário instituído. As lutas de representações em torno do corpo da mulher possibilitam politizar um tema “fútil” como a moda.

Em uma foto estampada com destaque numa página do jornal com o título de *Garotas Modernas* podemos ver duas moças com trajes considerados ousados para o período. Logo abaixo lemos “dispensam legendas”. Por que tal atitude? Seria porque as moças não estavam vestidas conforme os padrões cobrados para a imagem que a sociedade e a imprensa local direcionavam as mulheres?



Figura 4: Garotas Modernas (*CORREIO DO TRIÂNGULO*, outubro de 1964)

De acordo com Vera Lúcia Puga de Sousa, a discussão sobre os trajes femininos adequados ou inadequados foi o espaço construído de enfrentamento às mudanças comportamentais dos jovens nos anos 1960.

A preocupação quanto á vestimenta feminina seguiu caminhos que hoje podem ser vistos como ultrapassados, mas refletiu o pensamento de pessoas, que de uma forma ou de outra, influenciaram a mentalidade desta década. Eram pessoas que tinham acesso a imprensa, aos pais, aos educadores. E usando dessas possibilidades, arregimentavam forças contra toda a expansão jovem (SOUSA,1993,p.109)

A atitude de recusa do(a) colunista em comentar as vestimentas é ambígua, pois parece perplexo(a) e excitado(a) ao mesmo tempo, preferindo deixar que os leitores tirassem suas conclusões. Ainda que criticada, tal imagem precisava ser consumida como uma novidade a ser rechaçada. Talvez a imagem de mulher moderna viesse a chocar a sociedade local. Chocar foi uma estratégia para indicar o correto; uma postura aprovada socialmente precisava ser confrontada com uma incorreta para reafirmá-la.

É importante que seja observado que os artigos redigidos sobre a mulher ou para a mulher sempre vinham acompanhados por uma foto de uma linda mulher em traje especialmente produzido para alguma pessoa específica, ditando assim como era a roupa apropriada para frequentar os lugares em ocasiões especiais.

Para Mairá de Monte Alegre de Minas publicamos o modelo de um bonito estampado, que vai muito bem com sua personalidade e elegantíssimo de moreno jambo que pompéia nos fêricos salões do clube de sua terra” (CORREIO DO TRIÂNGULO, outubro de 1964).

No único jornal, o *Município de Ituiutaba*, controlado por órgão oficial do município, encontramos a coluna *Mulher é assunto*, na qual a colunista Maria José atuava como uma espécie de vigia e guardiã dos bons costumes. Nesta coluna, Maria José publicava dicas sobre diversos assuntos, entre eles, a boa aparência associada à higiene, pois “uma coleção de cosméticos necessários na higiene de seu corpo são a garantia de uma boa aparência” (MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, janeiro de 1968). Outro tema constante era a moda.

Vestido bermuda para o calor. Sim! ele serve para tudo o que você fizer enquanto houver claridade no céu. Desde de ir a feira, ir as compras, ir ao cinema, ir a um chá informal na casa de sua melhor amiga. Há uma luta contra o calor. As armas são várias e os exércitos também. Hoje estamos sugerindo que você guerrilheira que combate pela elegância o uniforme da campanha: vestido BERMUDA. Mas, por favor, não confunda ‘vestido bermuda’ com ‘vestido calça.’ ” (MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, janeiro, 1968).

No final da década de 1960, com o acirramento das tensões da Guerra Fria, a Guerra do Vietnã e os movimentos estudantis, a moda incorporou elementos da rebeldia juvenil transformando em mercadoria utopias políticas. Maria José estava em sintonia com tais mudanças. Sua fala transforma guerrilheiras em mocinhas que combatem pela beleza.

Além desses temas, Maria José fazia a cobertura de eventos sociais ocorridos na cidade, observando o comportamento das jovens ituiutabanas nos shows de artistas de renome nacional. Esta colunista incorporava gírias, o que aponta para a construção de destinatários jovens a quem seus conselhos eram dirigidos.

Wandeco [Wanderley Cardoso] veio à Ituiutaba e abafou. Muito artista e até certo ponto bastante ‘pilantra’. As meninas que foram beijá-lo no palco do Cine Ituiutaba não tiveram oportunidade de fazê-lo. Ele as beijou todas, antes que elas o fizessem [...].

Segundo notícias correntes, o rapaz deve ter levado uma péssima impressão de nossa gente, pois os rapazinhos magoados com a gamação das garotas pelo ‘pão’ que é o Wandeco, atiraram até bananas que serviam de enfeite no clube no cantor, enquanto este se apresentava. Coisas de gente que, se tem miolo na cabeça, não funciona! (MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, Janeiro de 1968).

Assim, aproveitando a oportunidade ao descrever o evento ocorrido, a colunista destacava também a maneira como os homens agiam em relação a outro que invadia “seu território”. É perceptível também, uma preocupação com os trajes que as moças usavam e que a colunista considerava fora dos padrões exigidos para a sociedade local:

Soube que diversas meninas abusaram da oportunidade que tiveram de usar o ‘mini’ em estilo havaiano. A economia foi muito, ou foi outra coisa que faltou. Realmente a ‘mini’ é conforto e *it*, mas deve restar alguma reserva no nosso conceito de mulher, do contrário, nós não estaremos muito longe da degenerada e infeliz liberdade sexual reinante em países ateístas. (MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, Janeiro de 1968).

A ideia que nos passa ao lermos sua coluna é de que a liberdade sexual, associada às roupas ousadas, configura-se em pecado que as sociedades cristãs devem rigorosamente evitar. O papel da mulher é dignificado por Deus e as sociedades com uma maior liberdade sexual são classificadas como ateístas e não deviam ser seguidas. É notável que mesmo que se tente inovar, um conservadorismo predomina no que se entende por *boa* sociedade. Há um ajuste entre a modernização material e o conservadorismo no âmbito das relações sociais e do modo como se deve estruturar a

sociedade. Aquilo que Florestan Fernandes denominou de “modernização conservadora” (FERNANDES, 1974).

Em 1967, após a eleição de um concurso que acontecia na cidade, onde eram selecionadas entre as mulheres ituiutabanas as *14 mais*, estas compareceram a um programa que ocorria na Radio Difusora que se intitulava Mulherama, onde eram questionadas sobre vários assuntos. A colunista Maria José aproveitou o evento para escrever o artigo *Mulher Atualizada*, no qual insistia que as mulheres não seriam somente aparência:

Tanto as senhoras quanto as senhoritas deram respostas que afirmaram o seu alto espírito de conhecimento diante das mais diversas questões. Tanto a disposição e espontaneidade das senhoras, tratando de assuntos referentes à Vida do Lar, quanto à tendência acentuada das jovens para as questões de literatura deixaram a todos cientes de que o motivo da escolha de todas como as 14 mais não se deveu apenas à elegância (MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, dezembro de 1967).

Além da aparência, exigia-se da mulher conhecimentos referentes à “vida no lar” e à literatura num momento em que o movimento feminista e a entrada no mercado de trabalho de mulheres de classe média se intensificavam. Para as mulheres da elite local, tais mudanças eram ignoradas. Aos menos era o que Maria José e jornal oficial do município desejavam. Mas, mesmo neste espaço normativo podemos vislumbrar comportamentos rebeldes, pois do contrário, Maria José não precisaria vigiar constantemente as jovens ituiutabanas.

Referências

CRUZ, Heloísa de; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. Na oficina do historiador: conversas sobre História e imprensa. **Projeto História**, São Paulo, n.35, dezembro 2007. p. 253-270.

FERNANDES, Florestan. **Mudanças Sociais no Brasil**. São Paulo: Dif. Européia, 1974

LE GOFF, Jacques. Documento/Monumento. In: **Enciclopédia Einaudi**, V. 1. Lisboa : Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1984. p.94-106.

MALUF, Marina; MOTTA, Maria Lucia. Recônditos do mundo feminino. In: SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil 3**. São Paulo: Companhias das Letras, 1998.

SOUSA, Vera Lúcia Puga de. Encontros e desencontros: vivências nos anos 60-Triângulo Mineiro. **História & Perspectivas**, Uberlândia, nº 08, p.97-142, 1993.

SOUZA, Sauloéber Társio de. O universo escolar nas páginas da imprensa tijuicana (Ituiutaba- MG- anos de 1950 e 1960). **Cadernos de História da Educação**. v. 9, n. 2. p. 523-541, jul./dez. 2010.