

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORA ACADÊMICA
GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS**

Milena Xavier de Souza

**O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS E DA COMUNICAÇÃO NOS
CONCURSOS DE BELEZA:**

O Caso Miss Brasil.

Sorocaba/SP

2020

Milena Xavier de Souza

**O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS E DA COMUNICAÇÃO NOS
CONCURSOS DE BELEZA:**

O Caso Miss Brasil.

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para obtenção do Diploma de graduação em Bacharel em Relações Públicas, da Universidade de Sorocaba.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Cristina da Costa Piletti Grohs.

Sorocaba/SP

2020

Milena Xavier de Souza

**O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS E DA COMUNICAÇÃO NOS
CONCURSOS DE BELEZA:**

O Caso Miss Brasil.

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para obtenção do Diploma de graduação em Bacharel em Relações Públicas, da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em: __/__/____

BANCA EXAMINADORA:

Universidade de Sorocaba

Universidade de Sorocaba

Universidade de Sorocaba

AGRADECIMENTO

Primeiramente e acima de tudo, agradeço a Deus por me carregar em seu colo em toda esta trajetória neste ano tão difícil. Por me dar forças e fé quando eu achava que já as tinha perdido, por me mostrar sempre que tudo tem um motivo de ser. Acredito que essa pandemia nos pegou de surpresa e dificultou o nosso contato, desencadeando crises de ansiedade na maior parte dos estudantes. Me recordo as noites mal dormidas, o choro nas madrugadas, o medo de não chegar até aqui. Foram dias perdidos no hospital, foram momentos difíceis, mas, posso afirmar que meu coração está em paz, eu me superei.

Agradeço à minha família e, de forma muito especial, aos meus avós Maria Leticia e José Julio, que me fizeram chegar à reta final de uma graduação, sem eles isso não seria possível, obrigada por tirar de vocês e darem sempre o melhor para mim, e minha mãe, que mesmo longe, me deu essa garra de nunca desistir, aos meus amigos, Rafaela Fioravanti, Luis Paulo, Beatriz Pavani, Caroline Inowe e Bárbara Bento por todo o amor, apoio, paciência, incentivo! Nenhum esforço, nenhum caminho valeria a pena sem vocês ao meu lado! Vocês sempre serão o melhor de mim! Agradeço também pela atenção, compreensão e dedicação das professoras Ana, Bia e da Mércia, vocês foram fundamentais para a concretização deste trabalho, por me incentivarem e me mostrarem a luz que não via há muito tempo para não desistir desta monografia e não as vejo somente como orientadoras, mas sim, como grandes amigas que levarei para sempre! Meu agradecimento também aos contribuintes, as misses e aos organizadores por cederem informações e experiências sobre a jornada de vocês, não tenho como deixar de agradecer aos meus colegas de classe, por todo o companheirismo, solidariedade e colaboração durante esses quatro anos de caminhada! Um obrigado especial ao meu avô, Benecdito Xavier (in memoriam) que me deixou neste ano, mas que habita dentro do meu coração a sempre explorar o melhor dessa vida. Enfim, tudo valeu a pena! Finalizo agradecendo ainda a minha orientadora, Professora Ana Cristina, por entender minhas limitações durante mais de um ano, pelo apoio e compreensão durante minhas ausências e reclamações, que inúmeras vezes me incentivou quando eu mesma não acreditava em mim. Enfim, espero que Deus me proporcione oportunidades para retribuir a cada um de vocês por tudo o que fizeram e fazem por mim! Levarei todos e cada um comigo para sempre, em meu coração! Muito obrigada!

Essa coroa me transformou na primeira piauiense a conquistar o Miss Brasil. Ela me conectou com uma vida nova e ampliou meus horizontes. Também me ajudou a superar muitas barreiras. Barreiras que nós, mulheres, enfrentamos todos os dias.

O que é ser mulher? Nós precisamos transformar o conceito, ou o preconceito que cai sobre nós.

Ser mulher é ser guerreira para lutar contra o machismo, contra o assédio, e contra violência que nós sofremos diariamente.

(Monalysa Alcântara, Miss Brasil 2018)

RESUMO

O culto ao corpo e a beleza, estão cada vez mais banais nos dias atuais, sejam eles na adolescência ou na vida adulta. Esse projeto de pesquisa busca refletir sobre as influências impostas pela sociedade nos padrões impostos nos concursos de belezas. O assunto é relevante devido ao grande número de mulheres que se sentem insatisfeitas com seu corpo, devido padrões questionando a beleza ou início de uma doença? Através disso, realizaremos uma reflexão sobre os riscos que os padrões de belezas influenciam diretamente em possíveis doenças como, obsessão pela imagem corporal e distúrbios alimentares, levando em consideração os riscos que os procedimentos estéticos podem causar. Portanto, o estudo busca discorrer sobre como a atividade de um profissional de Relações Públicas, pode influenciar na atuação destes eventos, assim como na gestão de imagem e representatividade de candidatas com o objetivo geral de identificar o papel das Relações Públicas e da Comunicação na construção do evento do concurso Miss Brasil, estabelecendo estratégias para um trabalho preventivo, auxiliando nosso cliente na prevenção de situações de riscos e reflexão sobre o tema abordado.

Palavras-Chave: Padrões. Relações Públicas. Concursos de Beleza. Comunicação.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ieda Maria Vargas, 1963	21
Figura 2: Siera Bearchell	30
Figura 3: Angela Ponce	31
Figura 4: Zozi Tunzi.....	31
Figura 5: Leonie Von Hase.....	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Vencedoras do Miss Universo	19
Quadro 2: Vencedoras do Miss Brasil	28
Quadro 3: Etapas de eventos.....	37
Quadro 4: Objetivos específicos e hipóteses	43
Quadro 5: Informações das misses entrevistadas.....	44
Quadro 6: Informações dos organizadores entrevistados	45

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Fotografia dos participantes da pesquisa	46
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
2 A BELEZA NO MUNDO CONTEMPORÂNEO	7
2.1 Beleza: conceito e aspectos históricos	7
2.2 Ditadura da beleza	9
2.3 Mercado de beleza e seus dados	11
2.4 Busca pela beleza: desafios e possibilidades	12
2.4 Até que ponto a luta para se padronizar vale a pena?	14
2.4.1 Transtornos alimentares	14
2.4.2 O Body Shaming e os transtornos psíquicos	14
2.4.3 Cirurgias invasivas.....	15
2.5 O apoio de ir contra os padrões	16
3 CONCURSOS DE BELEZA	18
3.1 História Dos Concursos De Beleza No Mundo – Miss Universo	18
3.2 O Que É O Miss Brasil	22
3.2.1 História Do Concurso Miss Brasil No Brasil	22
3.2.2 Ordem Cronológica De Transmissão No Brasil	23
3.2.3 Regulamento Do Concurso.....	25
3.2.4 O Concurso, As Candidatas E A Eleita.....	26
3.3 Quebra De Padrões Miss Universo	29
4 RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO NOS CONCURSOS DE BELEZA	33
4.1 Relações Públicas: uma profissão técnica e estética	33
4.2 Concursos de beleza como evento: uma ferramenta de Relações Públicas e comunicação	35
4.3 Gestão de imagem: uma estratégia de RP e comunicação	38
5 PESQUISA APLICADA	42
5.1 Problema	42
5.2 Objetivos	42
5.2.1 Objetivo geral.....	43
5.2.2 Objetivos específicos	43
5.3 Metodologia	44
5.4 Amostra	44
5.4.1 – Perfil dos entrevistados.....	44
5.5 Instrumentos de pesquisa	46
5.6 Análise dos resultados	46

5.6.1 Análise das respostas dos organizadores	47
5.6.2 Análise das respostas das candidatas	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS	54
APÊNDICE A – CARTA CONVITE	60
APÊNDICE B – QUESTÕES DA ENTREVISTA	61

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema o papel das Relações Públicas e da Comunicação nos concursos de beleza, utilizando como objeto de estudo o caso do Concurso Miss Brasil.

Segundo o dicionário Brasileiro Melhoramentos (1968) existem diferentes significados para a palavra padrão, que tem origem no latim *potronu*, sendo eles: modelo oficial de pesos e medidas e exemplo a ser copiado, beleza.

Quanto ao termo beleza, o mesmo dicionário apresenta as seguintes definições: 1) qualidade do que é belo; 2) harmonia de proporções, perfeição de formas; 3) mulher bela; 4) tipo de perfeição física; 5) coisa bela ou muito agradável.

Nota-se que a definição do termo padrão já inclui a ideia de reprodução e de beleza, sendo esta última relacionada à perfeição, o que evidencia a falta de espaço para o que é diferente daquilo que é socialmente construído e aceito de forma hegemônica como belo ou normal. Em entrevista para o Instituto Humanitas da Unisinos, Gilles Lipovestky (2012, online) explicou:

[...] No Renascimento, toda parte do corpo é investigada com extrema precisão. Impõe-se um cânone mais do que nunca específico, e da poesia à pintura se assiste a uma verdadeira divinização da beleza da mulher. Mas, chegando até hoje, qual é o paradoxo? Vivemos em uma sociedade democrática que, ao menos em teoria, vê se afirmar um ideal igualitário entre homens e mulheres, porém, a ideia de *beau sexe* não desapareceu, de fato; ao contrário, se reforçou.

A imagem da mulher como o “sexo belo”, ainda hoje, é reforçada pelos meios de comunicação, pela indústria da moda e da beleza, no qual se inclui os concursos de belezas. Segundo o mencionado autor “a igualdade democrática convive com a desigualdade estética” (2012, online). Os grandes concursos de belezas ainda atraem olhares no mundo todo e

[...] o padrão estético de beleza atual, perseguido pelas mulheres, é representado imgeticamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas segmentadas, por vezes, longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude (BOHM, 2004, p.19 apud SILVA, 2014).

Se de um lado a indústria da moda e da comunicação podem reforçar comportamentos sociais e padrões estéticos, do outro, movimentos ativistas e ideias democráticas poderiam interferir nesta lógica. Sendo assim, será que os concursos de beleza, como um evento e, portanto, um produto de comunicação e ferramenta de Relações Públicas, também tem mantido um papel reprodutor de padrões

hegemônicos ou tem se transformado a partir das mudanças sociais? Quais estratégias e atividades de Relações Públicas e de comunicação são utilizadas pelos organizadores dos concursos de beleza? E, considerando que a imagem é a principal matéria-prima da candidata de um concurso, como ela administra sua carreira e lida com as regras do concurso?

Para responder a estas perguntas, elegeu-se o concurso Miss Brasil como objeto de estudo. O concurso Miss Brasil existe desde 1900 e é cobiçado e admirado por muitas pessoas. Este evento busca eleger entre as candidatas de cada unidade de federação, uma que represente a beleza da mulher brasileira no concurso Miss Universo.

Quanto às motivações pessoais para a produção deste estudo, a autora deste trabalho teve, durante 6 anos, experiência no mundo dos concursos de beleza, atuando como candidata e vivenciando a necessidade de administrar sua carreira e imagem a partir das regras e padrões estéticos e comportamentais dos eventos.

Quanto às razões acadêmicas, em busca realizada no Google Acadêmico, foram encontrados alguns trabalhos sobre a temática, a partir de um filtro que considerou as palavras-chaves do estudo, ou seja, “concurso de beleza”, “comunicação”, “relações públicas” e “Miss Brasil” nos quais nortearam para que esse estudo fosse realizado.

Além deste trabalho, na Universidade de Sorocaba, no ano de 2010, foi produzido um Projeto Experimental de Relações Públicas para a organização Miss Brasil Latina. Além de um levantamento de informações sobre a organização, o trabalho apresenta um histórico sobre os concursos de belezas, uma pesquisa de opinião com espectadores de concursos de beleza e um plano de ações de Relações Públicas e comunicação para a organização, responsável por promover o concurso Miss Brasil Latina. Relevante destacar, que o estudo de opinião com 512 pessoas revelou que o concurso mais lembrado e assistido pelos entrevistados é o Concurso Miss Brasil, sendo que apenas 15% afirmaram acreditar que qualquer mulher poderia ser candidata a miss. Outro dado relevante identificado no estudo foi que a maioria dos entrevistados acredita que um concurso de beleza tem como objetivo promover a beleza da mulher.

A popularidade do concurso Miss Brasil e a falta de conhecimento sobre as oportunidades para possíveis candidatas e finalidades de um concurso de beleza também se mostram relevantes para a escolha do tema.

Assim, esta pesquisa busca discorrer sobre como as atividades de Relações Públicas e Comunicação pode influenciar na transição de padrões no mundo miss e alargar as possibilidades de reflexão sobre a atuação deste profissional nestes eventos, assim como na gestão de imagem de candidatas.

Com o objetivo geral de identificar o papel das Relações Públicas e da Comunicação na organização do concurso Miss Brasil, seja para a gestão do evento quanto da imagem das candidatas, o estudo contará com duas etapas:

Etapa 1: Estudo teórico por meio de pesquisa em livros, artigos e documentos já produzidos sobre o assunto, ou seja, fontes secundárias de dados. Tal estudo tem como objetivos específicos:

1. Refletir sobre aspectos sociológicos, filosóficos e culturais que envolvem os concursos de beleza: ditadura da beleza, homens e mulheres e a beleza no mundo contemporâneo;
2. Entender a história dos concursos de beleza, em especial, o Miss Brasil;
3. Contextualizar os concursos de beleza no contexto das atividades de comunicação e Relações Públicas.

Etapa 2: Estudo de campo por meio de pesquisa qualitativa contemplando entrevistas em profundidade com responsáveis pela organização e divulgação do Concurso Miss Brasil e ganhadores e participantes do Concurso. Tal estudo tem como objetivos específicos:

1. Mapear os desafios de gestão e de comunicação junto aos organizadores do concurso Miss Brasil;
2. Conhecer a rotina, experiências, dificuldades, frustrações, conquistas e aprendizagens junto às ganhadoras e participantes do concurso Miss Brasil.

Por fim, o trabalho foi estruturado em quatro capítulos, além deste capítulo introdutório. O primeiro discorre sobre aspectos conceituais e socioculturais da beleza. O segundo apresenta a história e dinâmica de funcionamento do concurso Miss Brasil. No capítulo seguinte, busca-se situar os concursos de beleza como uma ferramenta de Relações Públicas, assim como apresentar o papel do profissional de Relações Públicas como gestor de imagem. Parte-se, então, para o próximo capítulo que apresenta a metodologia da pesquisa de campo. O último capítulo apresenta os resultados da pesquisa de campo, assim como as discussões destes resultados a partir das teorias estudadas.

2 A BELEZA NO MUNDO CONTEMPORÂNEO

Este capítulo tem como objetivo refletir sobre aspectos sociológicos, filosóficos e culturais que envolvem os concursos de beleza desde os aspectos históricos dentre os quais se destacam a ditadura da beleza, homens e mulheres e a beleza no mundo contemporâneo. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, com diversos autores para reflexão das imposições dos padrões de belezas estabelecidos ao longo dos anos desde os primórdios, pode-se ver e o quanto isso reflete no ser humano, muitas vezes são causadores transtornos irreversíveis por pressão da ditadura de beleza.

2.1 Beleza: conceito e aspectos históricos

A beleza é algo que chama a atenção do ser humano desde o início dos tempos, especialmente aquela relacionada ao corpo. Seja na literatura, na pintura, na arte ou na própria convivência social entre homens e mulheres, a preocupação com a beleza, estética e saúde tem se tornado constante cada dia mais. (SCHMITZ; LAURENTINO; MACHADO, 2010 apud GEISEL, 2016).

Desde a pré-história, o ser humano tem seu corpo como objeto cultural. (SUENAGA et al., 2012 apud GEISEL, 2016). Há relatos que antigamente os povos primitivos usavam maquiagens para se embelezar, demonstrando vaidade, sempre se preocupando com a aparência física. (KURY; HANGREAVES; VALENÃ, 2000 apud GEISEL, 2016). Afirma que os rostos e corpos eram pintados e tatuados para agradar aos deuses e afugentar os maus espíritos.

Os egípcios foram os pioneiros na cultivação de beleza como parte de seus hábitos o uso de cosméticos eram usados até mesmo em cerimônias religiosas e ao preparar mortos para o funeral. Para eles, a limpeza era uma forma de purificação e proteção contra espíritos malignos e doenças daquela época (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p. 5 apud GEISEL, 2016).

Os rituais dos Hebreus adotavam técnicas de diversas culturas, o corpo era visto como um presente e precisava ser bem cuidado, os cosméticos eram usados por preservação, ao modo de cuidar de suas peles, purificar seus cabelos e zelar pela saúde de seus dentes. Os antigos Hebreus preparavam óleos e pomadas de hissopo, para limpeza de seus corpos, utilizavam também a mirra e romã, sendo usada como anticéptico e expelir vermes intestinais (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ, 2011, p.5 apud

GEISEL, 2016).

Os padrões de beleza e harmonia acarretados na Grécia são imitados até hoje, os gregos transmitiram o gosto pela harmonia, dando proporção a formas e ao equilíbrio perfeito (KURY; HANCREAVES; VALENÇA; 2000, p. 17 apud GEISEL, 2016).

A beleza humana sempre foi cultuada, conforme as imposições de sua época. No século XVI, Vigarello (2006 apud GEISEL, 2016) ressalta a beleza do gênero feminino, o corpo considerado belo era um corpo “carnudo, cheio de curvas”, a mulher era considerada perfeita, a maravilha mais rara e o ser mais belo do universo. Portanto na idade média, o corpo feminino tem o ideal de mulheres de pele branquíssimas, cabelos louros e ar virginal (KURY; HANCREAVES; VALENÇA; 2000, p. 19 apud GEISEL, 2016). Apesar disso, a religião tinha grande relevância na vida das pessoas, no qual predominava sobre a cultura inserida, o uso de cosméticos eram considerados uma prática sedutora que conduzia ao pecado, com isso, o clero combatia vigorosamente o uso de maquiagem na época (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ; 2011, p. 7 apud SUENAGA et al, 2012).

O luxo se torna visível entre homens e mulheres no Renascimento, o uso de joias e maquiagem passam a ser frequentes e ganha importância na época (KURY; HANCREAVES; VALENÇA; 2000, p. 20-21 apud SUENAGA, 2012). Sendo assim, iniciou a prática de depilar as sobrancelhas e a franja dos cabelos no qual se criava a ideia de mulheres mais inteligentes, o uso de fragrâncias e cosméticos permanecia, os cabelos eram enfeitados e sempre penteados com ornamentos ou perucas, com isso, o corpo feminino passam serem valorizar os seios e as nádegas e ganham contornos curvilíneos (D'ANGELO; LOTZ; DEITZ; 2011, p. 8 apud SUENAGA et al, 2012).

A partir do século XIX, o padrão de beleza começa a mudar, a busca pelo corpo elegante imputando de forma mais natural o corpo feminino, sem exageros, as mulheres começam a ser mais discretas e o traje masculino se uniformiza (SUENAGA et al, 2012). A busca é pela aparência mais natural e saudável (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000 apud SUENAGA et al, 2012).

VIGARELLO (2006, p. 167 apud GEISEL, 2016) relata que foi no fim do século XIX e no começo do século XX iniciou a alusão aos regimes e exercícios para emagrecer, vieram muitas mudanças e cuidados com a pele e inovação na cultura e beleza. Criando o mercado do embelezamento, sendo assim, a revolução da

cosmetologia impulsiona a descoberta de novos produtos e a maquiagem torna-se objeto fundamental de uso cotidiano.

Ao decorrer dos anos, costumes e comportamentos alteram-se, as mulheres passam a adotar novos hábitos, no quais eram permitidos apenas aos homens, tais como beber e fumar em público, escolher uma profissão, dialogar sobre política e até mesmo afirmar a sexualidade, através disso, houve-se a época em que a moda para mulheres era ter o cabelo curto (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p. 23 apud SUENAGA et al, 2012).

O início do século XXI o corpo se tornou o nosso mais belo objeto de consumo, segundo Vigarello (2006, p. 178 apud SUENAGA et al, 2012). Sendo assim, os padrões de belezas vem de nossos antepassados e permanecem na sociedade atual, pois ainda assim, conversamos alguns aspectos de sua cultura (KURY; HANGREAVES; VALENÇA, 2000, p. 97 apud SUENAGA et al, 2012).

A mulher magra era considerada como um padrão de beleza e “nunca se valorizou tanto a aparência e nunca se esteve tão prisioneiro de regras e padrões corporais. (MAGALHÃES, 2006, p. 77). O desejo das pessoas se tornaram comum pelo corpo da moda e essa imposição de um padrão de beleza imposto pela sociedade, pode vir a tornar o corpo um produto social e cultural na ditadura da beleza.

2.2 Ditadura da beleza

Entende-se como ditadura da beleza a imposição de padrões rígidos que conduzem as escolhas que uma pessoa faz, sem que possam perceber ou ter outros caminhos para seguir. Contrário à ditadura, tem-se a democracia e, segundo Lipovestky (2012, online):

[...] a igualdade democrática convive com a desigualdade estética: as revistas femininas se concentraram na beleza, as dietas dizem respeito principalmente às mulheres, e o mesmo se pode dizer para a indústria cosmética, a lipoaspiração, a talassoterapia, a cirurgia estética. É verdade, há algum tempo, os homens também se assomaram a esses universos, mas em percentuais largamente minoritários. As mulheres trabalham, ocupam cada vez mais frequentemente posições de grande responsabilidade, se afirmaram na política, mas querem marcar a sua diferença. E um dos campos ideais é justamente o da beleza. A existência humana não é só política, não se esgota na igualdade dos direitos. O ser humano é também um ser sexual. E a diferenciação volta a ser decisiva.

É possível, analisar transformações que o corpo feminino sofreu no decorrer do século XX, até os dias atuais, segundo Goulart e Bebubu (2014) as autoras fazem uma análise no qual indicam que a mídia exerce o poder de persuasão sobre a

sociedade, as mesmas afirmam que o corpo feminino, a beleza e sensualidade, passam a ser vistos como convencimento utilizado pela publicidade, e com isso são protagonistas nas campanhas publicitárias, a fim de gerar um padrão de beleza ideal.

Com o avanço da tecnologia surgem ainda produtos e procedimentos de beleza para aprimorar a estética e a forma física, como pílulas, sucos, comidas *diet*, *light*, zero, massagens milagrosas, remédios e cirurgias plásticas. Além disso, os meios de comunicação reforçam o poder, a honra e a beleza por meio da representação de *top models* que servem como espelho para muitas mulheres e, até mesmo, crianças. Segundo Castro (2007, p. 112 apud DANTAS, 2011)

A imagem da juventude, associada ao corpo perfeito e ideal – que envolve as noções de saúde, vitalidade, dinamismo e, acima de tudo, beleza – atravessa, contemporaneamente, os diferentes gêneros, faixas etárias e classes sociais, compondo de maneira diferenciada, diversos estilos de vida. E a fábrica de imagens – cinema, TV, publicidade – ao lado da imprensa escrita, tem, certamente, contribuído para isso.

Como consequência desse fato, estudos segundo o jornal da globo, mostram que mais de 92% das mulheres estão insatisfeitas com sua aparência e nunca houve tamanha exposição a padrões estéticos quanto hoje. A modelo Rafaela Malha, tem 1,78 metro e 56kg e não está contente. “Acredito que todas acham que sempre tem uma gordurinha para perder”, afirma ela. Sendo assim, nesse processo as mulheres acabam passando para outras mulheres estes ideais, escravizando-as a padrões rígidos (SERRA, 2001 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010). Constata-se então que há uma busca pelo padrão de beleza massificado nos dias de hoje e que, em grande parte, é biologicamente impossível de ser alcançado. A obsessão pela busca acaba desconfigurando o cuidado saudável com o corpo e possíveis aberturas de doenças (ANDRADE & BOSI, 2003 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010). Tal padrão estético é considerado como ponto principal no aumento do número de casos de transtornos alimentares, no qual será mencionado no próximo capítulo (SERRA, 2001 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010).

A preocupação com a beleza não é entendida como algo natural, mas como parte de um sistema cultural, histórico e social que se estabelece e é programado pelas instâncias culturais, visuais e sociais (GUIZZO, 2010). O corpo é considerado "artefato cultural" devido às imposições submetidas pela cultura, sendo domesticado, apropriado e alterado, conforme ideias e crenças coletivas expressadas pela sociedade (QUEIRÓZ & OTTA, 2000 apud CARVALHO, SERPA, 2014).

Além disso, a mulher passou a responsabilizar-se pela aparência. Desejam ser

belas, procuram mecanismos para integrar-se aos padrões. A sociedade contemporânea busca o enquadramento nos padrões deste culto ao corpo e tem encorajado a procura por diversos procedimentos médicos como solução rápida para algumas insatisfações, consumo das expectativas femininas em relação à melhoria estética e à satisfação pessoal com sua imagem. (DANTAS, 2011)

Desde muito cedo, inclusive a nossa infância, somos expostos aos padrões de beleza exibidos pela mídia e pela publicidade em geral, aumentando o desejo de cada de ter um corpo semelhante ao que é sugerido de maneira repetitiva, portanto, também o obtém o poder transformá-lo. (OLIVEIRA, HUTZ, 2010)

Embelezar crianças é um grande atrativo financeiro e lucrativo nas empresas de moda, Sant'Anna indica que a partir de 2000 começaram a aparecer salões de cabeleireiro infantis em diversas cidades brasileiras, além disso, os concursos de misses também invadiram o universo infantil. (JIMENEZ, 2018)

Desde pequenas as crianças são impulsionadas a competir pela beleza, desde o surgimento da boneca Barbie, impulsionam meninas pequenas a construir corpos e estilos, forçando a questão de ser bela, muitas vezes influenciadas pelas grandes mídias e quantas delas não desenvolvem transtornos ou depressão pela imposição do mercado de beleza. Com isso, inúmeras modelos sofrem gatilhos mentais ao se comparar com essa pressão desde muito jovem, passando por procedimentos estéticos que na maioria das vezes é culpa do mercado de beleza que influência e vem crescendo ao decorrer dos anos e há uma busca de meninas perfeitas para que esse crescimento ocorra gradativamente. (JIMENEZ, 2018)

2.3 Mercado de beleza e seus dados

Segundo a reportagem de Mariana Rosário para a revista Veja São Paulo, “o mercado de beleza movimentou R\$10,9 bilhões de reais por ano”, portanto, ao decorrer dos anos cresce a demanda de serviços ligados à beleza e a melhoria da aparência física, provocando um grande impacto no segmento da estética e bem estar, mesmo em meio à crise o mercado se mantém vivo. (ROSARIO, 2019)

Segundo a sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica SBCP, o Brasil é o país que mais realiza procedimentos estéticos, ficando atrás dos Estados Unidos, o número de procedimentos não cirúrgicos tem aumentado nos últimos anos. (COLTRO, 2020)

O mercado de beleza e bem-estar cresceu cerca de 10% ao ano nos últimos

dez anos, de acordo com a associação Brasileira da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, (Abihpec), Além disso, estima-se que 1,5% do orçamento das famílias é destinado a gastos em produtos e serviços do setor. (O QUE VAI..., 2020)

Mesmo com o atual cenário econômico, o mercado de cirurgia plástica brasileiro está em constante crescimento, conforme os dados do censo bianual da SBCP (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica) observa-se a prioridade de procedimentos com fins estéticos. Somente no Brasil, foram realizados 1,7 milhões de procedimentos estéticos em 2018, sendo 60% caracterizados como cirurgias plásticas, em comparação ao ano de 2016 houve um crescimento de 25,5%. (MARTINS, 2019)

As brasileiras têm preferências pelo aumento de mama, lipoaspiração e abdominoplastia, mas, por outro lado, engana-se quem pensa que a cirurgia é realizada por mulheres com a faixa etária mais jovem, essa busca pela “aparência” é de mulheres até 50 anos, sendo assim, essa faixa etária representa 34,7% dos procedimentos, somando 80mil cirurgias anuais. (MARTINS, 2019)

Portanto, um grande aliado que cresce anualmente no Brasil é o botox (toxina botulínica), que segundo a SBCP, (sociedade brasileira de cirurgia plástica) em 2016 a busca por esse procedimento estético por ser menos evasivo, cresceu 390% em dois anos, representando 47,5% dos procedimentos, sendo que, em 2014 o percentual não passava de 17,4%. (VIEIRA, 2020)

Em comunicado à imprensa, Luciano Chaves, presidente da SBCP, ressalta a importância realizar o procedimento com profissionais capacitados “há cerca de 12 mil pessoas sem qualificação realizando cirurgias plásticas no Brasil, o que coloca seus pacientes em risco de deformidades, erros irreversíveis e até a morte”. (VIEIRA, 2020). Portanto, essa busca pela beleza tem sido recorrente em nosso meio, cada vez mais observa-se mulheres insatisfeitas em busca constante pela perfeição, gerando desafios e abrindo novas possibilidades neste mercado da beleza.

2.4 Busca pela beleza: desafios e possibilidades

Em plena a era contemporânea, ainda se enfrenta um grotesco desafio relacionado aos direcionamentos regidos pelas grandes mídias, sobre aos parâmetros que padronizam a beleza humana.

O mercado da estética e beleza, cresce diariamente no Brasil, segundo os

dados levantados pela ABIHPEC, nos últimos cinco anos o mercado cresceu em 467% levando os profissionais da área de 72mil para 480mil formados.

Em decorrência disso, houve-se um aumento no número de cirurgias plásticas estéticas se transformando em um bom exemplo da crescente insatisfação com seu próprio corpo e da busca de formas perfeitas, sendo uma grande possibilidade de crescimento no mercado da plástica, mas também um grande desafio ao superar as expectativas de seu cliente, no qual para colher bons benefícios, é preciso estar disposto a enfrentar os desafios, no qual muitos profissionais vendem a forma barata para perda de peso ou remédios milagrosos de como ter o corpo perfeito, que segundo Leticia Langlois Oliveira (2010):

É notável também o crescente número de sites que incentivam as adolescentes a desenvolver ou manter transtornos alimentares, ensinando técnicas de purgação e “truques” supostamente milagrosos para atingir um estado severo de emagrecimento.

Nota-se também que as crianças começam a aprender desde cedo, com suas famílias ou convívio social, a valorizar o corpo. Com isso, diversas vezes, mesmo estando com o peso ideal, há relatos de insatisfação com suas formas corporais, gerando o engajamento em condutas para emagrecer (CASTILHO, 2001 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010). Portanto, percebe-se a grande influência dos padrões impostos sobre a beleza corporal, desde a infância. Referente a isso

Sabe-se que mais ou menos aos dois anos, a criança já possui auto percepção e consegue reconhecer a sua imagem no espelho. O corpo, gradualmente, vai representando a sua identidade e, aos poucos ela passa a pensar sobre como os outros veem a sua aparência. Sua imagem corporal vai se desenvolvendo na medida em que introjetam conceitos do que é valorizado como atraente. As crianças também formam imagens do que não é valorizado ou aceito, ou seja, de como não “deveriam” parecer (CASTILHO, 2001 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010).

Seguindo a mesma linha, diversos estudos realizados com crianças nos Estados Unidos e na Inglaterra têm revelado que a maioria das garotas entre sete e nove anos concordam que é ruim ser gorda. Dessas, a metade expressa o desejo de ser mais magra e cerca de um terço sente medo de se tornar gorda, no qual pode-se ver a preocupação inserida desde a infância, cria-se um problema antes mesmo de tê-lo, crianças são pressionadas ou até mesmo impulsionadas a desenvolver um transtorno alimentar ou rejeição de seu próprio corpo por um padrão que foi inserido na antiguidade, sendo assim é possível ver o quanto isso reflete nessa geração e a luta constante dessa padronização que os cercam há anos. (SHAPIRO, NEWCOMBE & LOEB, 1997 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010).

2.4 Até que ponto a luta para se padronizar vale a pena?

No universo da moda desde os primórdios, a beleza constitui uma forma de aceitação social. Ser bela, para Sampaio e Ferreira (2009).

A propagação na ditadura da beleza, passaram a incentivar a obsessão pelo “corpo perfeito”, reflexo de uma sociedade doentia e sem limites. Tem-se, por exemplo o caso da brasileira Sheyla Hershey, que após passar por uma cirurgia plástica nos seios, contraiu uma infecção e quase perdeu a vida. Em um de seus depoimentos a brasileira contou que após a retirada das próteses de silicone, passou a odiar seu corpo e quase cometeu suicídio.

Portanto, nos capítulos seguintes, pautaremos sobre esses distúrbios que muitas vezes são doenças psicológicas, causadas a partir pela padronização da beleza no mundo contemporâneo, tais como transtornos alimentares, transtornos psíquicos e cirurgias evasivas, nos quais se tornam cada vez mais presentes no nosso cotidiano, para conseguir obter a boa estética e se encaixar num padrão de beleza.

2.4.1 Transtornos alimentares

Sobre transtornos alimentares, Abreu & Cangelli Filho (2005 apud OLIVEIRA, HUTZ, 2010), conceituaram que

Os transtornos alimentares são quadros caracterizados por aspectos como medo mórbido de engordar, preocupação exagerada com o peso e a forma corporal, redução voluntária do consumo nutricional com progressiva perda de peso, ingestão maciça de alimentos seguida de vômitos e uso abusivo de laxantes e/ou diuréticos (MELIN & ARAÚJO, 2002). São patologias graves e de prognóstico reservado, que provocam elevados índices de letalidade e levam a limitações físicas, emocionais e sociais.

Diante a atual realidade relacionada à imagem do corpo feminino, diversas mulheres, em suma mais jovens, optam por meios inadequados atingir o objetivo de um corpo inane, visando que o padrão de beleza exposto pelos meios de comunicação exerce um papel de grande influência sobre a idealização de um padrão estético dito como perfeito. (OLIVEIRA, HUTZ, 2010)

Percebe-se a influência da mídia quando a indústria da beleza vincula a ideia de que um corpo perfeito remete a uma vida perfeita. As pessoas estão sendo influenciados por fortes tendências sociais e culturais que promovem a busca pelo corpo ideal. Esse perfil, socialmente aceito pode introduzir uma alimentação inadequada, e, propiciar o desenvolvimento de Tas, os chamados transtornos alimentares. (LUDEWING et al., 2017 apud COPETTI, QUIROGA, 2018)

2.4.2 O Body Shaming e os transtornos psíquicos

Body shaming é uma expressão em inglês que, traduzida, significa "vergonha do

corpo". É o nome que se dá à prática de atacar uma pessoa verbalmente por conta de sua forma física – e deixá-la com vergonha por isso. Esses ataques normalmente são feitos pelas redes sociais. (FERRAZ, 2019)

A prática de tirar sarro do corpo dos outros surgiu há tempos com as celebridades, quando elas eram fotografadas em ângulos, digamos, pouco favoráveis, deixando à mostra o que muita gente considera um "defeito". Diante o desdém com o corpo feminino, a angústia e o anseio pela perfeição têm crescido exponencialmente. Para a psicóloga, professora da Universidade La Salle e pós-doutora em Estudos de Gênero, Denise Quaresma (2019)

Essas críticas impactam, na medida em que a pessoa que as recebe precisa ter um ego muito bem constituído para não considerá-las. Nota-se que a grande maioria das pessoas sucumbe a essas críticas avassaladoramente, pois no dia a dia escutamos pessoas que estão em busca de melhorar o corpo emagrecendo, como se a magreza fosse garantia de felicidade ou realização pessoal. O que é um grande engano.

Falar de padrões de beleza vai além de ter uma vida saudável e uma dieta balanceada. Fala-se do real prejuízo que isso causa nas mulheres e nas consequências como: depressão, alterações de humor, ansiedade, isolamento social, além dos já citados transtornos alimentares. As mulheres criam expectativas com seu próprio corpo, criam metas absurdas que não estão de acordo com sua estrutura corporal e acabam virando estatísticas de algum transtorno. (FERRAZ, 2019)

2.4.3 Cirurgias invasivas

Nos dias de hoje, quando o tema é beleza, é nítido enxergar o quão prejudicial é as cirurgias estéticas em relação à saúde e as consequências em nome da aparência. Porém, não é sempre que a cirurgia estética alcança o resultado esperado, os danos causados ao paciente podem ser motivos que fogem do controle até mesmo dos cirurgiões plásticos. (FORSTER, 1983 apud SHMIDTT, OLIVEIRA, GALLAS, 2008)

Fernandes (2006 apud SHMIDTT, OLIVEIRA, GALLAS, 2008) afirma que a insatisfação e a busca pelo corpo ideal sempre fizeram parte da história da humanidade, de acordo com o autor, as mulheres ignoram a dor em função da vaidade, escravizando o corpo de acordo com os padrões.

Pesquisas mostram o descontentamento que levam pessoas a recorrerem ao bisturi nos anos de 2002 a 2007 a cada 10.000 pessoas estavam insatisfeitos com o corpo. (CASTRO, 2002 apud SHMIDTT, OLIVEIRA, GALLAS, 2008), os pacientes

buscam por cirurgias por não se enquadrar no padrão exigido, resultando em sintomas de infelicidade psicológica.

Segundo o Jornal da USP em fevereiro desse ano, o Brasil lidera *ranking* de cirurgia plástica entre jovens, Farina Junior, chefe da Divisão de Cirurgia Plástica do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto (HCFMRP) da USP explica que “Nos Estados Unidos, 4% dos pacientes que se submetem à cirurgia estética são adolescentes, só no ano passado foram realizadas cerca de 66 mil cirurgias estéticas; no Brasil este número já chegou a 90 mil, o que faz com que o País lidere o ranking desse tipo de cirurgia”. (TALAMONE, 2018)

Antes de se submeter a uma intervenção cirúrgica é necessário consultar o conselho federal de medicina para chegar se o médico está apto e autorizado a atuar. O médico Denísio Marcelo Caron, 38 anos, foi preso em 2002 por ordem da justiça, pois mais um de suas pacientes foi a óbito após o procedimento. A última vítima foi uma fisioterapeuta, Graziela Oliveira, 26 anos, uma semana depois de se submeter a uma lipoaspiração com o Dr. Caron (MARTINS, V., 2016)

2.5 O apoio de ir contra os padrões

Os padrões de beleza corporal, contudo, sempre foi socialmente mais cobrado em relação às mulheres. Com isso a marca Dove, realizou um estudo em 2016, trazendo dados de como as mulheres se relacionam com sua própria imagem. A pesquisa entrevistou 4 mil mulheres com as idades de 18 a 64 anos e 2.800 meninas de 10 a 17 anos. (DOVE CONVIDA...2016)

A campanha está pautada no estudo global realizados em diversos lugares no mundo, “*Há uma Beleza nada Convencional*”, que traz uma visão detalhada da tensão vivida pela mulher em querer ou precisar se enquadrar em um modelo de beleza e o impacto direto desta pressão na autoestima. No Brasil, um percentual de 66% das mulheres acredita que na sociedade atual é fundamental atender a certos padrões de beleza. E, assim como em outros países, as brasileiras reconhecem e questionam esses padrões inalcançáveis pregados pela mídia. Para 76% das mulheres, os meios de comunicação e a publicidade estabelecem um padrão de beleza inalcançável. (DOVE CONVIDA... 2016)

Sendo assim, os resultados da pesquisa realizada pela Dove ao redor do mundo em 2016 afirmam que:

- Apenas 4% das mulheres em todo o mundo se consideram bonitas (um aumento em relação aos 2% de 2004).
- Apenas 11% das garotas no mundo se sentem confortáveis em se descreverem como “bonitas”.
- 72% das garotas sentem uma imensa pressão para serem bonitas.
- 80% das mulheres concordam que toda mulher tem algo bonito em si; entretanto, elas não enxergam sua própria beleza.
- Mais da metade das mulheres no mundo (54%) concordam que, no que se refere a aparência, elas mesmas são as que mais se criticam.

Portanto, a campanha “Existe Beleza Fora da Caixa” evidencia a proposta de uma nova perspectiva para o tema da beleza real das brasileiras pela marca Dove.

Levando em consideração as informações obtidas até este ponto do trabalho, será apresentado no próximo capítulo o universo dos concursos de beleza e do Miss Brasil e Universo.

3 CONCURSOS DE BELEZA

Esse capítulo tem o objetivo de explorar o contexto histórico dos concursos de beleza no mundo.

Com o passar dos anos, pode-se ver que os padrões de belezas nos concursos estão sendo quebrados. Assim, é possível verificar de forma cronológica as mudanças desde o início dos concursos para os dias atuais, nos quais houveram protestos e lutas pelos direitos femininos.

Com isso, pode-se visualizar as ganhadoras do Miss Brasil e Miss Universos, para que servem os concursos, além de compreender melhor sobre o reinado, protocolos, regras, conquistas e aprendizagens junto às ganhadoras e participantes do concurso.

3.1 História Dos Concursos De Beleza No Mundo – Miss Universo

Os concursos de beleza são eventos que, segundo Mesquita (2017):

[...] visam eleger hierarquicamente a estética das pessoas que o disputam. Comumente este ideal de beleza vem acompanhado de prescrições morais, éticas e comportamentais, que se impõem de maneira oficializada ou de forma implícita aos/às participantes de um certame. Os critérios que visam selecionar os/as vencedores/as, entretanto, nem sempre são exatamente claros, já que muitas vezes aspectos subjetivos também concorrem para orientar essas classificações

O primeiro concurso realizado na história do mundo foi nos Estados Unidos, em 1854, idealizado pelo P.T Barnum, mas seu concurso foi cancelado devido protestos populares da época, o próprio já havia realizado concursos de cães, bebês e aves (TCC MISS BRASIL LATINA, 2010).

Desde o princípio, a beleza é cultivada, admirado e cobiçado por todos, mas apenas no século 19 surgiu a genial ideia de lucrar com mulheres bonitas na França. Foram divulgadas diversas publicações em um jornal Francês, com os rostos das Francesas, para que os leitores pudessem escolher a mais bela de todas, com isso, o jornal ganhou visibilidade e vendeu muitos exemplares (TCC MISS BRASIL LATINA, 2010).

O primeiro concurso de beleza internacional realizado na história do mundo foi em 14 de agosto de 1908, na cidade de Folkestone, Sul da Inglaterra, foi a partir daí que tudo começou, culminando atualmente no tão celebrado Miss Universo. O pioneiro mundial foi o empresário Robert Forsyth, gerente do Pier de Folkestone, quando percebeu que a realização de um concurso de beleza seria um atrativo para

atrair turistas a cidade. (CRUZ, 2016)

Naquela época, não haviam trajes de banhos, coisa que só entraria na moda décadas depois. Durante o concurso, houve um protesto pacífico das mulheres presentes nos concursos, pediam pelo direito do voto. (CRUZ, 2016)

Mas a ideia de ganhar dinheiro com isso surgiu no final do século 19, quando jornais de Paris, empolgados com a popularização da fotografia, publicaram fotos de mulheres para eleger a mais bela francesa. Fez barulho, vendeu jornal, chamou anunciante. E olhe que era só foto de rosto. (CRUZ, 2016)

Os anos se passaram e uma fábrica de roupas de banho chamada Catalina, e, em 1952, criou em *Long Beach*, Califórnia, um concurso de mulheres desfilando de maiô. A *Universal Studios* investiu na proposta e o evento ganhou o nome de *Miss Universe* e sua primeira vencedora, em suma, foi a finlandesa Kuusela Armi. (CRUZ, 2016)

Em 1955, o concurso passou a ser transmitido pela televisão. Além disso, só a partir de 1972 deixou de ser realizado nos EUA para, a cada ano, estar em um novo país.

Finalmente, na década de 1960, duas brasileiras foram ganhadoras do Miss Universo. Da mesma forma que Ieda Maria Vargas ganhou o mundo com a sua beleza em 1963, Martha Vasconcellos também repetiu o feito, em 1968. (FONSECA JUNIOR, 2019)

Contudo, podemos ver que com o passar do tempo o padrão de beleza vai mudando, e as ganhadoras do Miss Universo, certamente, mudam com ele. Abaixo, na lista que preparamos, certamente, é possível ver a diversificação das belezas entre as misses vencedoras. (FONSECA JUNIOR, 2019) Abaixo, pode-se ver a relação de todas as vencedoras do Miss Universo, a partir de 1952.

Quadro 1: Vencedoras do Miss Universo

1952	Armi Kuusela	 Finlândia
1953	Christiane Martel	 França
1954	Miriam Stevenson	 Estados Unidos
1955	Hillevi Rombin	 Suécia
1956	Carol Morris	 Estados Unidos
1957	Gladys Zender	 Peru
1958	Luz Marina Zuluaga	 Colômbia
1959	Akiko Kojima	 Japão
1960	Linda Bement	 Estados Unidos
1961	Marlene Schmidt	 Alemanha
1962	Norma Nolan	 Argentina

1963	Ieda Maria Vargas	 Brasil
1964	Corinna Tsopei	 Grécia
1965	Apasra Hongsakula	 Tailândia
1966	Margareta Arvidsson	 Suécia
1967	Sylvia Hitchcock	 Estados Unidos
1968	Martha Vasconcellos	 Brasil
1969	Gloria Maria Diaz	 Filipinas
1970	Marisol Malaret	 Porto Rico
1971	Georgina Rizk	 Líbano
1972	Kerry Anne Wells	 Austrália
1973	Maria Margarita Moran	 Filipinas
1974	Amparo Muñoz	 Espanha
1975	Anne Marie Pohtamo	 Finlândia
1976	Rina Messinger	 Israel
1977	Janelle Commissiong	 Trinidad e Tobago
1978	Margaret Gardiner	 África do Sul
1979	Maritza Sayalero	 Venezuela
1980	Shawn Weatherly	 Estados Unidos
1981	Irene Sáez	 Venezuela
1982	Karen Dianne Baldwin	 Canadá
1983	Lorraine Downes	 Nova Zelândia
1984	Yvonne Ryding	 Suécia
1985	Deborah Carthy-Deu	 Porto Rico
1986	Bárbara Palacios Teyde	 Venezuela
1987	Cecilia Bolocco	 Chile
1988	Porntip Nakhirunkanok	 Tailândia
1989	Angela Visser	 Países Baixos
1990	Mona Grudt	 Noruega
1991	Lupita Jones	 México
1992	Michelle McLean	 Namíbia
1993	Dayanara Torres	 Porto Rico
1994	Sushmita Sen	 Índia
1995	Chelsi Smith	 Estados Unidos
1996	Alicia Machado	 Venezuela
1997	Brook Mahealani Lee	 Estados Unidos
1998	Wendy Fitzwilliam	 Trinidad e Tobago
1999	Mpule Kwelagobe	 Botswana
2000	Lara Dutta	 Índia
2001	Denise Quiñones	 Porto Rico
2002	Justine Pasek	 Panamá
2003	Amelia Vega	 República Dominicana
2004	Jennifer Hawkins	 Austrália
2005	Natalie Glebova	 Canadá
2006	Zuleyka Rivera Mendoza	 Porto Rico
2007	Riyo Mori	 Japão
2008	Dayana Mendoza	 Venezuela
2009	Stefanía Fernández	
2010	Jimena Navarrete	 México
2011	Leila Lopes	 Angola
2012	Olivia Culpo	 Estados Unidos
2013	María Gabriela Isler	 Venezuela
2014	Paulina Vega	 Colômbia

2015	Pia Wurtzbach	 Filipinas
2016	Iris Mittenaere	 França
2017	Demi-Leigh Nel-Peters	 África do Sul
2018	Catriona Gray	 Filipinas
2019	Zozibini Tunzi	 África do Sul

Fonte: Wikipedia, 2020. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_vencedoras_do_Miss_Universo>. Acesso em: 23 mai. 2020.

“O papel da mulher sempre foi restrito ao mundo privado. Vencer um concurso era, e ainda é, uma forma concreta de ocupar um lugar de destaque na vida pública”, diz a antropóloga Mirian Goldenberg, professora da UFRJ e autora do livro *O Corpo como Capital*. (CRUZ, 2016)

A cada ano por volta de 1 bilhão de pessoas assistem ao vivo a grande final do concurso. Um total de 170 países e territórios já enviaram pelo menos uma vez uma candidata. A vencedora começa as suas atividades como Miss Universo imediatamente após a sua coroação, se tornando a principal imagem da Organização por aproximadamente 1 ano e fixa sua residência, tal como a maioria das suas atividades na cidade de Nova York, Estados Unidos (CRUZ, 2016).

Segundo a organização, o concurso busca uma Miss Universo confiante. Capaz de demonstrar autenticidade e articular suas ambições como titular. As competições mostram e avaliam as aspirações das competidoras e são julgadas por líderes empresariais, filantropos e figuras públicas (IMG UNIVERSE, 2012 apud FONSECA JUNIOR, 2019).

Figura 1: Ieda Maria Vargas, 1963



Fonte: PALUDETI, Bárbara. Há 50 anos, uma brasileira vencia, pela 1ª vez, o Miss Universo. E hoje, temos chances? 20/07/2013. São Paulo. Disponível em:

<<https://tablog.blogosfera.uol.com.br/2013/07/ha-50-anos-uma-brasileira-vencia-pela-1a-vez-o-miss-universo-e-hoje-temos-chances/>>. Acesso em: 27 set. 2020.

Além disso, o Brasil recebeu o primeiro título de Miss Universo em 1963, por Ieda Maria Vargas, ela foi uma das misses brasileiras mais belas e certamente também é uma das misses universos mais bonitas.

3.2 O Que É O Miss Brasil

O Miss Brasil é um concurso de beleza que busca eleger entre as candidatas de cada unidade da federação, uma que represente a beleza da mulher brasileira no concurso Miss Brasil Universo.

O concurso “Miss Brasil” desenvolveu não apenas um novo sujeito, a Miss, mas, também outras categorias como a beleza, a pureza e a feminilidade, já que a eleita representava, ao mesmo tempo da beleza física os valores sociais importantes no período como a virgindade, a simpatia, e acima de tudo confirmar os valores que se esperavam de uma moça de reputação e de boa família. (FERRAZ, 2015)

E para Lipovetsky (2007, apud FERRAZ, 2015):

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

3.2.1 História Do Concurso Miss Brasil No Brasil

O concurso Miss Brasil torna-se oficial em 1954 quando a baiana Martha Rocha, ganhadora do Miss Brasil daquele ano, ocupa o segundo lugar na posição do Miss Universo e a justificativa da colocação do júri, referente a Martha está ligada a “duas polegadas a mais” em seu quadril. Sendo assim, durante a década de cinquenta e sessenta, os concursos de misses marcaram a época, cada vez ganhavam mais destaques nas vendas das revistas quando suas capas traziam as candidatas ao título de Miss Brasil. (GROH, 2020)

Nos anos seguintes, na década de 60 e 70, surgiram mundialmente discussões feministas nos Estados Unidos e na Europa. Em um episódio marcante na época, em 7 de Setembro de 1968 em Atlantic City, as mulheres ativistas se reuniram na cidade contra o concurso Miss América e jogavam objetos na lata de lixo no qual remetia símbolos da feminilidade e objetos vistos como “tortura” como cílios postiços, espartilhos, maquiagens, salto alto e sutiãs. (PEREIRA, 2016)

Sendo assim, nos anos seguintes, os concursos de belezas permaneciam em discussões feministas pela imposição de padrões de beleza impostas pelos concursos. Mas, em 2007, houve um protesto na cidade do México, no qual atraiu mulheres vestidas com roupas brancas manchadas de vermelho e faixas intitulando-se “Miss Juárez”, “Miss Atenco” e “Miss Michoacán”, em alusão a lugares do México tornados famosos por causa de assassinatos e violências sexuais contra mulheres. (CRUZ, 2016)

Toda via, Bastos e Reis (2012, p. 2 apud PEREIRA, 2016) afirmam que os concursos de Miss Brasil, representaram, no período de 1954 a 1969, “a manifestação mais espetacular de uma cultura da aparência feminina no país”, justamente pelo cenário socioeconômico da época, como uma maneira das mulheres se exibirem fisicamente, por estarem envolvidas na indústria de cosméticos, e ainda assim, mantinham o padrão conservador e vigente.

Através disso, Reis e Bastos (2012, p. 16 apud PEREIRA, 2016) ainda afirmam que “Num país caracterizado pela predominância de população negra ou mestiça, só uma vez em 1986, uma negra, Deise Nunes, foi eleita Miss Brasil”. O autor deixa um questionamento no qual nos faz pensar, o Brasil é um país com diversidades de etnias, já que os anos 50 ficaram conhecidos como os “anos Dourados”, pois nesse período as propagandas invadem a rádio e a recém chegada televisão, chegando ao fim devido a falência da TV Tupi, atual responsável pela transmissão do concurso. (PEREIRA, 2016)

3.2.2 Ordem Cronológica De Transmissão No Brasil

Em 1958 até 1972, o Miss Brasil passou a ter alta cobertura no país, sendo assim, o maior evento assistido, ficando atrás apenas dos jogos da seleção brasileira. Mas, em 1958, devido as grandes audiências o evento começou a ser sediado pela Rede Tupi. (CRUZ, 2016)

Com a falência do sistema da Rede Tupi, em 1980, o evento Miss Brasil, foi transferido para o SBT e seguiu fixo durante 9 anos com a emissora, com isso, as misses perderam o prestígio confessa o missólogo “Ele criou um formato muito popular, quase vulgar. Chegava a pedir que as misses pegassem uma ficha no bolso dele. Isso é coisa que se peça a uma miss?”, diz Roberto Macedo, e ex organizador do Miss Bahia a revista Super Interessante. (CRUZ, 2016)

Nos anos de 1990 a 1999 o evento sofre uma queda de audiência e apenas no ano de 2000 até 2011 a Gaeta Produções e eventos, adquiriu a franquia do concurso, que voltou a ser transmitido pela televisão, inicialmente de forma regional, pelo CNT Rio de Janeiro. (CONHEÇA... 2020)

Após 12 anos, em 2012 o concurso começou a ser transmitido pela Rede Bandeirantes, começa a transmitir o concurso, comprando os direitos do Miss Brasil, mas durou até 2015, com isso, o grupo *Polishop*, o evento está sob a responsabilidade da *Polishop*, empresa de tele vendas em parceria com a marca de cosméticos patrocinadora oficial do concurso, *Be Emotion*, responsáveis não só pela fase nacional, mas por todos os concursos regionais e assuntos relacionados ao mesmo. (NASCIMENTO, FERREIRA, COUTINHO, 2017).

No entanto, no Brasil o concurso se deu de forma diferente e, há pelo menos 20 anos, essas competições perderam a relevância e não fazem mais tanto sucesso. Diante disso, houve diversas modificações na estrutura do concurso. O último evento aconteceu em março de 2019, elegendo a candidata que representava o estado de Minas Gerais, Júlia Horta (G1, 2019). Com o início de uma pandemia mundial, “corona vírus” meses seguinte, a Band formaliza a parceiros que não detém mais franquia do Miss Universo, a emissora enviou um comunicado informando oficialmente a seus parceiros que não tem mais vínculo com a franquia do Miss Universo. (PAULA, 2020)

Foi uma surpresa e tanto aos telespectadores e candidatas, muitos acreditaram que era o fim de uma trajetória já que o Brasil não conquistava um top no Miss Universo desde 2007, sendo a última vez com Natália Guimarães.

Em meio ao caos, com a pandemia acontecendo ao redor do mundo, no momento em que o país perde a baiana Martha Rocha, primeira Miss eleita no país e segunda colocada no concurso Miss Universo, em 1954, seu amigo de longa data e também baiano, Roberto Macedo, assume a apresentação do maior concurso de beleza do Brasil. Martha Rocha, faleceu em 4 de Julho de 2020, aos 87 anos.

Segundo a UOL, Marcelo, nasceu na Bahia e desde os 8 anos se interessou pelos concursos de beleza, tornando-se especialista no assunto. Formado em Jornalismo e arquitetura pela Universidade federal da Bahia, trabalhou por 12 anos como repórter de TV e depois com marketing político.

Presente em dez concursos de Miss Universo, Roberto já atuou como jurado do Miss Brasil-Europa em Portugal, sido também júri por duas vezes consecutivas no Miss Brasil – USA em Miami na década de (1998 e 2000).

Em 2015, Roberto lançou a biografia de Martha Vasconcellos, Miss Universo 1968, dentro do projeto Gente da Bahia, da Assembleia Legislativa do Estado. O livro foi lançado com sucesso numa noite de autógrafos no salão nobre da Associação Comercial da Bahia e está esgotado. São 698 páginas com 400 fotografias.

Sendo assim, Roberto assumiu as atividades do Miss Brasil 2020, concurso de beleza feminino realizado anualmente, que ocorreu na segunda quinzena de Agosto, por conta da Pandemia, o concurso foi substituído por vídeo gravado e divulgado na internet, a coroação ocorreu sem plateia, apenas com a presença da Miss Brasil 2019, Júlia Horta, para conter o avanço da pandemia.

A ganhadora de 2020 foi Júlia Gama, uma gaúcha, que atualmente morava na China e foi indicada pela organização por causa da pandemia, não houvera competição este ano e a representante escolhida representará o Brasil no Miss Universo em 2021. (MISS BRASIL, 2020)

É incrível porque na história, além de mim, só uma mulher foi para os dois maiores concursos de beleza do mundo, então veio eu agora para repetir esse feito. É uma grande honra ser eleita duas vezes para representar nosso país. Estou levando o nome do Brasil para o mundo. Quero trabalhar muito internamente com os brasileiros também. O concurso é para ter um peso de Copa do Mundo, é para unir o país, as torcidas... Quero todo mundo comigo, opinando, me ajudando na minha preparação. Não quero fazer nada sozinha. Esse título é nosso. Há um ano, eu queria me posicionar artisticamente no Brasil. Estava morando na China e comecei a rezar para Deus colocar no meu coração o desejo dele para mim. Não pensava mais em competir em concurso, porque estava muito focada na minha carreira de atriz. Era isso que eu estava fazendo na China, atuando. E tive um sonho. Nesse sonho eu estava no Miss Universo e foi tão real, que quando acordei me arrepiei só de lembrar. Então, dentro de mim, tenho a certeza de que ir para o Miss Universo está no meu destino, no meu caminho. Não tive dúvida quando me convidaram e pausei todos os projetos para assumir isso. Estou indo com muita confiança e fé, porque sei que não foi à toa que fui escolhida.

Julia Gama domina quatro idiomas, Inglês, espanhol, mandarim e alemão, estudou engenharia química, é atriz e morou na China durante 3 anos ao longo de sua carreira, é nítido ver a sua habilidade com comunicação e oratória.

3.2.3 Regulamento Do Concurso

O concurso Miss Brasil, exige ter pelo menos 1,68m de altura segundo regulamento oficial de 2017, que ainda afirma: “As medidas de corpo devem se aproximar de 90cm (noventa centímetros) de quadril, 60cm (sessenta centímetros) de cintura e 90cm (noventa centímetros) de busto. Candidatas com medidas muito distantes deste padrão não serão aceitas. Caso a miss esconda a verdade, e, depois de eleita, algo fora das regras for descoberto, ela pode perder a coroa. No Brasil, isso

aconteceu com Joseane Oliveira, Miss Brasil em 2002. Ela foi destronada em 2003¹ por ter mentido para a organização sobre seu estado civil: era casada, o que é proibido no regulamento. (WIKIPÉDIA, 2020)

- Ser do sexo feminino;
- Ser cidadã brasileira por um período de pelo menos 12 (doze) meses que antecedem a realização do concurso;
- Ser residente no País;
- Ter no mínimo 18 (dezoito) anos e no máximo 26 (vinte e seis) anos até o dia 31 de dezembro correspondente ao ano do concurso;
- Não ser emancipada;
- Ter Inglês básico;
- Ser estudante ou ser formada;
- Nunca ter sido casada, nem ter tido casamento anulado;
- Nunca ter sido mãe, não estar grávida;
- Nunca ter sido fotografada ou filmada totalmente despida, expondo os seios e partes íntimas;
- Nunca ter sido fotografada ou filmada em cena de sexo explícito; e,
- Ter estatura mínima de 1,68 centímetros.

Não ter vínculo com agencia ou empresa durante o concurso, que esse não impeça de cumprir seus compromissos durante o concurso, se eleita.

Preencher e assinar ficha de inscrição e comprometimento durante o concurso e/reinado, se eleita.

Após a mudança de organização do Miss Brasil, há indícios que serão aceitas mulheres trans para o novo formato do concurso, porém, não há informações concretas até o momento. (WIKIPÉDIA, 2020)

3.2.4 O Concurso, As Candidatas E A Eleita

O primeiro passo para se tornar uma miss é ser eleita por um concurso de beleza em sua cidade. Se isso acontecer, o município que ela representa pode indicá-la para a competição do Estado correspondente, todo o custo municipal é por conta da candidata. (WIKIPÉDIA, 2020)

¹ Por falta de informações sobre o Miss Brasil, no qual não há um site oficial que oferece material, foram coletados dados da Wikipédia, sabendo que, qualquer pessoa pode incluir ou retirar notícias falsas.

Logo em seguida, ela participará do concurso estadual, no qual a disputa é mais acirrada para se eleger como miss de seu estado, caso a candidata vença, obrigatoriamente ela participará do Miss Brasil, representando o seu estado como miss, para participar de um estadual, a candidata precisa pagar uma taxa de inscrição, muitas prefeituras bancam a miss, mas, algumas, exigem patrocínio para custear as despesas, o concurso solicita uma lista de vestimentas e apetrechos para o confinamento, sendo assim, a que mais conseguir patrocinadores, pode ganhar uma visibilidade maior do que as demais por ter mais recursos. (WIKIPÉDIA, 2020)

O concurso Miss Brasil, tem a duração de 5 a 7 dias de confinamento, com diversas provas e passeios organizados pela gestão do concursos, normalmente as candidatas saem do hotel de manhã, retornando apenas a noite, no primeiro dia as 27 candidatas chegam a cidade sede, são recepcionadas pela equipe da organização e levadas para o hotel, onde são instaladas e orientadas sobre a programação. Disputam o título este ano teve uma longa trajetória com muitas entrevistas, provas de maiô e desfiles com roupas de gala. (WIKIPÉDIA, 2020)

A candidata eleita Miss Brasil 2019, recebeu uma coroa em ouro branco, cravejada de pedras e uma esmeralda, avaliada em R\$ 52 mil, um cruzeiro pelo Nordeste, uma vaga para representar seu país no Miss Universo com todas as despesas pagas e um contrato de um ano com a *Polishop*, organização do concurso durante 12 meses. Sendo assim, não há registro sobre a nova franquia do U Miss Brasil 2020. (WIKIPÉDIA, 2020)

Depois de tantas exaustivas fases, a mulher eleita e considerada a mais bonita e elegante do País segue para o concurso internacional, o Miss Universo. As competidoras devem seguir as regras do regulamento do concurso e só se pode participar do concurso uma única vez - ou seja, só existe uma chance para se tornar a mais bela do universo. (WIKIPÉDIA, 2020)

Os jurados do Miss Universo tem a função de avaliar a performance das candidatas na fase preliminar e na noite final do concurso, elas passam 20 dias em confinamento no país sede, são exigidos diversas provas durante o decorrer dos dias para escolher a melhor candidata a ser a Miss Universo. Até 2017, existiam júris separados para o *Presentation Show* (onde são julgados os quesitos de traje de gala e traje de banho) e a prova de trajes típicos, cuja vencedora era anunciada com antecedência. (WIKIPÉDIA, 2020)

Para a noite de eleição da nova Miss Universo é chamado um júri formado por ex-misses, personalidades da moda e do entretenimento, jornalistas, artistas da televisão mundial e especialistas do mundo *fashion*. A vencedora se mudará para Nova Iorque e terá um contrato de um ano com a organização, prestando serviços e vivendo seu reinado com todos seus gastos pagos. (WIKIPÉDIA, 2020)

Quadro 2: Vencedoras do Miss Brasil

Ano	Miss Brasil	Estado
1954	Martha Rocha	 Bahia
1955	Emília Lima	 Ceará
1956	Maria José Cardoso	 Rio Grande do Sul
1957	Terezinha Morango	 Amazonas
1958	Adalgisa Colombo †	 Rio de Janeiro
1959	Vera Ribeiro	 Rio de Janeiro
1960	Gina McPherson	 Rio de Janeiro
1961	Staël Abelha	 Minas Gerais
	Vera Brauner ¹	 Rio Grande do Sul
1962	Olívia Rebouças	 Bahia
1963	Iêda Vargas	 Rio Grande do Sul
1964	Ângela Vasconcelos	 Paraná
1965	Raquel de Andrade	 Rio de Janeiro
1966	Ana Cristina Ridzi	 Rio de Janeiro
1967	Carmen Ramasco	 São Paulo
1968	Martha Vasconcellos	 Bahia
1969	Vera Fischer	 Santa Catarina
1970	Eliane Thompson	 Rio de Janeiro
1971	Eliane Guimarães	 Minas Gerais
1972	Rejane Costa †	 Rio Grande do Sul
1973	Sandra Mara Ferreira	 São Paulo
1974	Sandra Guimarães	 São Paulo
1975	Ingrid Budag	 Santa Catarina
1976	Kátia Moretto †	 São Paulo
1977	Cássia Janys Silveira	 São Paulo
1978	Suzana Araújo	 Minas Gerais
1979	Marta Jussara da Costa	 Rio Grande do Norte
1980	Eveline Schroeter	 Rio de Janeiro
1981	Adriana Alves de Oliveira	 Rio de Janeiro
1982	Celice Pinto Marques	 Pará
1983	Marisa Fully Coelho †	 Minas Gerais
1984	Ana Elisa Flores	 São Paulo
1985	Márcia Gabrielle	 Mato Grosso
1986	Deise Nunes	 Rio Grande do Sul
1987	Jacqueline Meirelles	 Distrito Federal
1988	Isabel Bedüschi	 Santa Catarina
1989	Flávia Rebelo	 Ceará
1991	Patrícia Godói	 São Paulo
1992	Maria Carolina Otto	Paraná

<u>1993</u>	<u>Leila Schüster</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>1994</u>	<u>Valéria Peris</u>		<u>São Paulo</u>
<u>1995</u>	<u>Renata Bessa</u>		<u>Minas Gerais</u>
<u>1996</u>	<u>Joana Prizotto</u>		<u>Paraná</u>
<u>1997</u>	<u>Nayla Micherif</u>		<u>Minas Gerais</u>
<u>1998</u>	<u>Michela Marchi</u>		<u>Mato Grosso do Sul</u>
<u>1999</u>	<u>Renata Fan</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2000</u>	<u>Josiane Kruliskoski</u>		<u>Mato Grosso</u>
<u>2001</u>	<u>Juliana Borges</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2002</u>	<u>Joseane Oliveira</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
	<u>Taíza Thömsen</u> ⁴		<u>Santa Catarina</u>
<u>2003</u>	<u>Gislaine Ferreira</u>		<u>Tocantins</u>
<u>2004</u>	<u>Fabiane Niclotti</u> †		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2005</u>	<u>Carina Bedüschi</u>		<u>Santa Catarina</u>
<u>2006</u>	<u>Rafaela Zanella</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2007</u>	<u>Natália Guimarães</u>		<u>Minas Gerais</u>
<u>2008</u>	<u>Natália Anderle</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2009</u>	<u>Larissa Costa</u>		<u>Rio Grande do Norte</u>
<u>2010</u>	<u>Débora Lyra</u>		<u>Minas Gerais</u>
<u>2011</u>	<u>Priscila Machado</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2012</u>	<u>Gabriela Markus</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2013</u>	<u>Jakelyne Oliveira</u>		<u>Mato Grosso</u>
<u>2014</u>	<u>Melissa Gurgel</u>		<u>Ceará</u>
<u>2015</u>	<u>Marthina Brandt</u>		<u>Rio Grande do Sul</u>
<u>2016</u>	<u>Raissa Santana</u>		<u>Paraná</u>
<u>2017</u>	<u>Monalysa Alcântara</u>		<u>Piauí</u>
<u>2018</u>	<u>Mayra Dias</u>		<u>Amazonas</u>
<u>2019</u>	<u>Júlia Horta</u>		<u>Minas Gerais</u>

Fonte: WIKIPEDIA. Miss Brasil. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Miss_Brasil#:~:text=Ter%20no%20m%C3%ADnimo%20dezoito,nem%20ter%20tido%20casamento%20anulado>. Acesso em: 20 set. 2020.

3.3 Quebra De Padrões Miss Universo

O miss Universo é o maior concurso de beleza do mundo e retrata um padrão esperado da mulher contemporânea, tais como magra, sorridente, jovem e atualizada.

Em toda história, os concursos de beleza resumiam-se a jovens tidas como beldades desfilando em trajes sumários para o deleite masculino e respondendo perguntas rasas sobre como a paz mundial acabou. Haja vista a luta feminina por independência e contra os padrões de beleza opressores, com o tempo esse estigma teve um fim.

A autora Simone de Beauvoir (2009) foi uma das primeiras pessoas a defender a ideia de que ser mulher ou ser homem não é uma imposição biológica e sim uma construção social e cultural. Dessa maneira, a mídia tem um papel muito importante

nessa construção, uma vez que é uma das esferas que produz e propaga certos padrões de gênero. A mídia como um todo contribui para o nosso aprendizado do que é ser homem ou mulher, influenciando nos padrões de beleza e de comportamento de cada época. (HADLER, PEREIRA, 2017)

O miss Universo obteve algumas mudanças no longo dos últimos anos, atualmente é permitida a participação de mulheres trans, sem restrições em relação ao corpo feminino. (HADLER, PEREIRA, 2017)

Figura 2: Siera Bearchell



Fonte: PAULA, Junior de. CONFIANTE, SIERA BEARCHELL FOI ALVO DE CRÍTICAS POR SEU PESO E DESABAFOU: “COMO EU ME SINTO ALCANÇANDO MEU SONHO DE REPRESENTAR O CANADÁ NO PALCO DO MISS UNIVERSO? EU ME SINTO ÓTIMA”. 31/01/2017. Disponível em: <<https://heloisatolipan.com.br/toliblog/confiante-siera-bearchell-foi-alvo-de-criticas-por-seu-peso-e-desabafou-como-eu-me-sinto-alcancando-meu-sonho-de-representar-o-canada-no-palco-do-miss-universo-eu-me-sinto-otima/>>. Acesso em: 27 set. 2020.

Em 2017, Siera Bearchell, sofreu muitas críticas de internautas ao participar do Miss Universo, representando seu país Canadá. As ofensas foram motivadas pela modelo estar acima do peso, medida na qual é irreal para o seu biótipo e aceitação pessoal. (VEJA, 2017)

Indignada, a miss publicou em resposta no Instagram:

Como eu me sinto sendo eu mesma? Como eu me sinto por ser confiante comigo mesma? Como eu me sinto alcançando meu sonho de representar o Canadá no palco do **Miss Universo**? Como eu me sinto sendo um exemplo para tantas jovens mulheres que têm dificuldades de encontrar alguém para admirar? Como eu me sinto redefinindo a beleza? Minha resposta: Eu me sinto ótima.

Alheia à ditadura da magreza e orgulhosa da sua participação no concurso, Siera disse ainda que está feliz pelo impacto que tem na vida de muitas meninas pelo mundo. “É impossível contar a quantidade de meninas que me falaram coisas como ‘Você me ajudou a me amar como eu sou’ ou ‘Obrigado por me ajudar a ser feliz

comigo mesma'. É sobre isso que o Miss Universo é de verdade”, declarou em sua conta na rede social. (VEJA, 2017)

Figura 3: Angela Ponce



Fonte: Grossman, Lena. Miss Spain Angela Ponce, the First Transgender Woman to Compete in Miss Universe, Doesn't Make Finals. 17/12/2018. Disponível em: <<https://www.eonline.com/uk/news/997129/miss-spain-angela-ponce-the-first-transgender-woman-to-compete-in-miss-universe-doesn-t-make-finals>>. Acesso em: 30 set. 2020.

Em 2018, Angela Ponce, Miss Espanha é a primeira candidata trans a participar do concurso Miss Universo, a candidata relata que o importante não era ganhar o concurso, mas sim, em participar do evento, “As mulheres trans vêm sendo perseguidas e apagadas há muito tempo, estou mostrando que podemos ser o que quisermos” relata a Miss Espanha. (ESTEVÃO, 2018)

Figura 4: Zozibini Tunzi



Fonte: ARMINDO, Benjamin. Zozibini Tunzi é a nova Miss Universo. Nova África. 9/12/2019. Disponível em: <<https://www.novaffrica.co.ao/mundo/zozibini-tunzi-e-a-nova-miss-universo/>>. Acesso em: 20 set. 2020.

Apesar disso, em 2019 o miss universo quebra mais uma vez seus protocolos, após Sul-Africana vencer o concurso, os padrões do tipo ideal de beleza foram

descartados, Zozi Tunzi, uma mulher negra, Relações Públicas, quebrou o tabu quando cortou seus cabelos e assumiu seu cabelo natural e relata que “Antes de cortar o cabelo, fiquei com medo de não ser bonita, principalmente por causa dos padrões sociais do que é a beleza. Quando o cortei, no entanto, percebi o quão incrível ele é, mais bonito do que pensava. (NARDELLI, 2019)

Figura 5: Leonie Von Hase



Fonte: UNIVERSA, Miss Alemanha 2020 tem 35 anos e foi eleita por júri só de mulheres. 2020. Disponível em: < <https://www.uol.com.br/universa/noticias/deutsche-welle/2020/02/17/miss-alemanha-2020-tem-35-anos-e-foi-eleita-por-juri-so-de-mulheres.htm>>. Acesso em: 20 set. 2020.

A Miss Alemanha 2020 é muito diferente das típicas vencedoras desses concursos, Leonie Von Hase, 35 anos, quebrou padrões mundiais na história dos concursos de Miss, ela era a mais velha dentre as candidatas, a sua vitória foi possível pois o concurso limitou a idade das participantes para 39 anos e passaram a permitir mulheres casadas e mães. O concurso refletiu inovação e empoderamento, o lema do concurso era “Empoderando mulheres Autênticas” e para provar isso, o júri técnico foi composto apenas por mulheres, isso não ocorria a 93 anos, as candidatas também não precisam mostrar seus corpos nos desfiles de banho, vencendo padrões impostos pela indústria de beleza. (WELLE, 2020)

4 RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO NOS CONCURSOS DE BELEZA

As Relações Públicas, exercem um grande papel quando o assunto é imagem. A sua forte influência pode ser uma ferramenta eficaz na construção de relacionamentos perante os concursos de beleza se usada de forma estratégica, neste capítulo abordaremos um pouco sobre as Relações Públicas sendo ela, uma profissão técnica e estética por visar sempre a harmonização no meio à qual está inserida, as definições de eventos nos concursos de beleza e uma candidata a Miss ou um concurso de beleza deve prezar pela sua reputação, ou seja, não fazer escolhas ou tomar atitudes que possam agredir sua moral ou conduta, zelar pela sua imagem.

4.1 Relações Públicas: uma profissão técnica e estética

As Relações Públicas exercem uma série de atividades técnicas nos quais irão nortear o trabalho e a atuação do profissional no meio em que estiver inserido. A atividade de Relações Públicas em si, é ética e útil à sociedade (MUKAROVSY, 1977). Baseia sua concepção de estética nesse veículo inseparável “o estético é dizer a esfera da função. Gera um valor estético, está, pois, amplamente estendido sobre a esfera global da atividade humana, sendo um fator importante e multilateral da prática da vida”. Com isso, o desempenho de Relações Públicas, na busca pela aparência de uma sociedade mais harmônica, contém em si, princípios da estética.

Quanto à estética, a definição operacional da atividade de Relações Públicas desde há muito prescreve que antes de justificar ou explicar as ações organizacionais, deve-se "arrumar a casa", pondo em prática políticas organizacionais justas. Para isto, busca adequar-se ao princípio de ações pensadas, bem projetadas e bem executadas. O processo de qualidade dos programas de ação organizacionais tem suporte na assessoria que é dada às lideranças organizacionais. (SIMÕES, 1992)

Sendo assim, SEIB, Philip e Fitzpatrick Kathy (1995, p. 1), citando Paluszek: "Toda profissão tem um propósito moral. A Medicina tem a Saúde. O Direito tem a Justiça. Relações Públicas tem a Harmonia - a harmonia social". (SIMÕES, 1992)

Portanto, segundo o artigo 1º a resolução contém a definição das funções privativas e as atividades específicas do profissional de Relações Públicas, nos termos da Lei nº 5.377 e de seu Regulamento.

§ 3º Relações Públicas caracterizam-se pela aplicação de conceitos e técnicas de: Comunicação estratégica, com o objetivo de atingir de forma planejada os

objetivos globais e os macro objetivos para a organização, está ligada também a comunicação dirigida, com o objetivo de utilizar instrumentos para atingir públicos segmentados por interesses comuns e comunicação integrada, com o objetivo de garantir a unidade no processo de comunicação com a concorrência dos variados setores de uma organização. (NORMAS BRASIL, 2002)

Com isso, pode-se ver que a atividade de Relações Públicas, busca compreender e entender os interesses públicos, por meio de valores morais e éticos.

A função e a atividade de Relações Públicas, deve ser ética e estética. Tudo o que é realizado pela organização, incluído o que está ligado ao profissional de RP, deve sê-lo segundo os princípios da arte de bem viver (ética) que, em si própria, contém os princípios da filosofia da harmonia do comportamento (estética). (SIMÕES, 1995. p. 222 apud LIMA, 2010).

Portanto, o autor enfatiza que “A imagem da organização é, antes de tudo, construída pelo cumprimento de sua responsabilidade social, jamais, apenas por discursos alienantes” (2001, p. 41 apud LIMA, 2010).

Sendo assim, a atividade das Relações Públicas precisam ser éticas e útil para a sociedade em que está inserida, já que a profissão preza por harmonização de “relacionamentos”. Simões afirma que, “as Relações Públicas buscam a utopia de uma sociedade mais harmônica e ‘elegante’” (1995, p. 42 apud LIMA, 2010).

Quem constrói uma sociedade mais harmônica são as pessoas, então, depende, também, delas a função estética da atividade. Só o indivíduo pode fazer bem feito, pode ser estético, construindo uma sociedade mais harmônica nos valores morais e éticos, cabe ao profissional de Relações Públicas, junto das instituições, propagar os valores éticos e estéticos a fim de alcançar a utópica a fim de alcançar exclusivamente a imagem positiva em todo da organização, pessoa, visando seus conceitos de valores, missão, visão, políticas e posturas. (LIMA, 2010)

No entanto, pode-se correlacionar os 4Rs das Relações Públicas, um livro escrito pelo escritor Manoel Marcondes, que vem para fortalecer o contexto organizacional na obtenção e manutenção de Reconhecimento, Relacionamento, Relevância e Reputação, contribuindo para uma divulgação efetiva de pessoas, ideias, causas, marcas e organizações.

4.2 Concursos de beleza como evento: uma ferramenta de Relações Públicas e comunicação

O miss Brasil 2019, foi a 65ª edição, realizada em 09 de Março de 2019, no São Paulo Expo, que levará a representante Brasileira a competir no maior evento de beleza mundial, o *Miss Universo*. O evento foi realizado pela *polishop* com duração de três dias em comemoração aos 20 anos da marca, que atendeu um público de empreendedores do programa “transformando vidas”, um projeto desenvolvido pela organização. A São Paulo Expo conta com 34 salas modulares com a capacidade para até 7.810 pessoas, podendo ser alteradas e adaptadas de acordo com o objetivo de cada evento.

No ano de 2019, foram atribuídos prêmios especiais e desafios durante o confinamento das candidatas, a “Miss *BE emotion*” garantiu uma vaga entre as cinco finalistas, a “Miss voto popular” garantiu uma vaga entre as quinze semifinalistas pelo voto do público, uma estratégia de comunicação para integrar o online com o concurso e a “Miss favorita” foi eleita por voto a voto de suas próprias concorrentes, uma estratégia de gerar relacionamento entre as candidatas.

Além disso, as participantes passaram por três desafios durante o período de avaliação, tais como, o desafio da oratória, avaliadas pela jornalista e comunicadora Madalena Bernardes²

A cerimônia é realizada anualmente composta por 26 candidatas dos estados mais o distrito federal, com diversas etapas de classificação no concurso, TOP quinze é escolhido durante o confinamento das candidatas, no qual as elas são avaliadas por profissionais capacitados para eleger as quinze semifinalistas para prosseguir no dia do concurso, logo após os jurados escolhem mais dez semifinalistas durante a cerimônia, após isso, são escolhidas as cinco finalistas, três, duas e a atual miss Brasil, o concurso em si, é composto por profissionais da área de comunicação para a realização deste evento conhecido mundialmente, acredita-se que

O relações públicas é um profissional cujas características de trabalho relacionam-se principalmente a ações de bastidores. Assim, uma das poucas atividades que se fazem notar entre as suas diversas atribuições acaba sendo precisamente o evento. (BETTEGA, 2002, p.60 apud CAVALHEIRO, RODRIGUES, 2013, p. 2)

² A “artista da voz” tem trabalhado no Brasil e na Europa como professora, diretora, intérprete e compositora, desde 1982. Há 15 anos, **Madalena** é solista e compositora para a Companhia de Ópera do maestro Carlos Santos e, paralelamente, apresenta seus próprios espetáculos em festivais de vanguarda de diversos países.

Sendo assim, o profissional de comunicação, provém de um trabalho profundo de planejamento estratégico, precisa-se pensar no glamour e impecabilidade do evento, já que é uma cerimônia que preza pela sua imagem e reputação, com isso, o profissional também se preocupa com os fatores ambientais, a quais estão inseridos, sejam eles adotando medidas ao longo das semanas para a montagem de cenário, cerimonial, estratégias do local ao seu público alvo, agregando desde as candidatas, patrocinadores, familiares e o público que acompanha o mundo da moda. Desse modo, o profissional consegue realizar um evento grandioso, atendendo seus públicos, usando de estratégias para atingir seu objetivo.

Segundo Jorge Duarte (2009, p. 239 apud CAVALHEIRO, RODRIGUES, 2013, p. 3) citado por Naissa Tristão Viana da Costa (2011, p. 6 apud CAVALHEIRO, RODRIGUES, 2013, p. 3) os eventos são uma atividade típica de relações públicas, que exigem atenção especial caso despertem a atenção dos jornalistas, sendo assim, o intuito é usar dessa ferramenta de forma estratégica para gerar repercussão na mídia, agregando valor no evento.

Diante dos resultados apresentados na pesquisa aplicada, no capítulo cinco, há uma gestão ao promover e divulgar o evento, no quais é extremamente importante se comunicar de forma objetiva e coerente, sejam no regulamento, nas informações apresentadas e publicadas nas redes sociais, o ouvinte e leitor, precisam entender com clareza as informações cedidas pela organização do concurso, sendo que, qualquer falha na comunicação pode afetar diretamente o concurso e seu evento.

O autor defende os profissionais de áreas afins de comunicação, devem estar reunidos na organização do evento, pode-se concluir que:

Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 1999, p. 21 apud CAVALHEIRO, RODRIGUES, 2013, p. 4)

O evento caracteriza-se por diferentes formas: por objetivos ou áreas de interesse envolvendo seus públicos, (eventos fechados ou abertos), por data, frequência, abrangências, entre outros. Sendo assim, analisando o Miss Brasil, um evento que atrai 624.409 telespectadores segundo os dados da Band online (TV EM ANÁLISE, 2019)

A partir dessas informações, compreende-se que o profissional de Relações Públicas atua nesse meio organizacional, deve-se seguir alguns passos para que o

evento seja realizado com sucesso, com isso, o profissional deve apresentar uma postura de seriedade e profissionalismo que indique seu nível de envolvimento com a organização do evento, passando credibilidade e integridade para manter a imagem pela qual presta serviços, antes mesmo de tomar decisões práticas onde está inserido, qualquer pessoa pode organizar um evento, graduado ou não, a diferença estará nos resultados alcançados.

Quadro 3: Etapas de eventos

Verificar e analisar o orçamento disponível	A criação de um orçamento básico é necessária para que o organizador possa, a partir disso, estabelecer as atividades que serão realizadas durante o evento.
Definir as estratégias para o evento e apresentar o plano	Nesse passo da produção do evento é que são definidos pontos importantes, tais como o local, data e horário em que será realizado, quais serão os convidados e é estabelecido o cronograma, ou seja, as atividades que serão realizadas durante o evento.
Definir o tema do evento	A definição do tema de um evento é o que norteia todas as decisões relacionadas à sua organização.
Definir o público-alvo do evento	Nesse passo são definidos quais públicos terão acesso ao evento.
Definir a data do evento	A data do evento deve ser escolhida com cuidado, analisando os calendários para evitar os feriados (se o evento foi internacional, deve-se ter cuidado com feriados de outros países para não afetar a presença dos participantes).
Escolher os horários para o evento	O horário do evento está relacionado com o tipo dele.
Definir o local do evento	A escolha do local está diretamente ligada com o tamanho do evento. Outros pontos também estão inclusos nessa etapa: o organizador deve assegurar a segurança do local, sabendo escolher pontos estratégicos para distribuir profissionais da área, além de assegurar uma apólice de seguro contra qualquer eventualidade. É também imprescindível que a limpeza de todo o ambiente seja verificada antes, durante e depois do evento. Contratar um serviço de estacionamento e manobrista está entre as tarefas do organizador, que deverá se certificar pessoalmente que o serviço contratado atende às expectativas e mostre a qualidade exigida pelos convidados.
Escolher a disposição dos convidados	A disposição dos convidados deve ser adequada às características do evento, ao local em que será realizado e ao número de pessoas presentes.
Vender quotas do evento	O organizador é também responsável pela "venda" do evento, buscando formas de atrair patrocinadores. Uma delas é por quotas, onde o patrocinador ganha maior visibilidade com o público-alvo do evento.
Contratar serviços de terceiros	A maioria dos eventos necessitam da contratação de outros serviços, tais como bufê adequado para o tipo do evento, aluguel de equipamentos, contratação de um serviço de estacionamento e manobrista, treinamento de recepcionistas, serviço de filmagem e decoração do local (inclusive nesse item também a contratação de uma equipe especializada para a montagem da estrutura do evento, se necessário).
Elaborar o programa e o conteúdo das palestras	É necessária a criação de um programa com a listagem das palestras e das outras atividades que serão desenvolvidas ao longo do evento, como performances e apresentações musicais. Esse programa é geralmente passado para os convidados.
Desenvolver o material promocional	A divulgação do evento deve seguir um padrão visual, criado geralmente por uma agência de propaganda, para criar uma visualização constante e marcante em relação ao tema.
Definir mecanismos para a divulgação do evento	Nessa etapa são definidos os melhores meios de comunicação para se divulgar o evento, levando em conta seu público-alvo. Se o evento for aberto ao público, os meios de comunicação de massa (televisão, rádio, redes sociais, mídias impressas) são os mais adequados. No caso de um evento fechado, a divulgação deve ser pessoal por meio de envio de convites.
Contratar assessoria de imprensa	A presença da imprensa em um evento garante sua maior visibilidade nas mídias.
Verificar o investimento total previsto para o evento	Importante principalmente para eventos de grande porte, é necessária a realização de um novo orçamento para ser comparado com o que foi feito no início da organização. Este, feito após a definição de todas as atividades que serão realizadas e os gastos previstos mais específicos, é mais preciso e próximo ao valor final da produção do evento.

Fonte: Maria Cecília Giacaglia, 2003 APUD CAVALHEIRO, RODRIGUES, 2013, p. 5 Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1107-1.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

Portanto, com os passos acima mencionados na tabela, é possível realizar o evento Miss Brasil, por se tratar de um evento anual, a gestão do concurso conseguem definir os objetivos do evento, que é representar a beleza brasileira no concurso Miss Universo, como citados nos capítulos anteriores sobre o concurso. A organização deste evento devem ser planejados com antecedência desde a definição da data e horário para evitarem transtornos futuros.

Sendo assim, será possível se preparar para a divulgação do concurso aos canais de comunicação pré-estabelecidos, ressaltando ser um evento de entretenimento, que toda a população tem acesso a ele pelos meios de comunicação, tais como, rádios, televisão ou transmissões ao vivo pela internet, que foi o caso do Miss Brasil 2020, que foi organizado de forma online por transmissão pelo canal, U Miss Brasil no *youtube*, em novo formato em razão da pandemia do Coronavírus, o concurso precisou de reinventar na organização do evento neste ano, sem público, sem os tradicionais desfiles de vestidos de gala, roupa de banho e traje típicos, a organização prometeu apenas anunciar a candidata eleita, sendo um novo desafio aos profissionais de comunicação. (GAUCHA Z, 2020)

Dessa maneira,

um profissional formado fará um evento com maior planejamento para atingir o público alvo almejado, usará os veículos de comunicação direcionados para aquele público específico e trará um retorno maior para a organização. O profissional não graduado, simplesmente contratará fornecedores e fará o evento sem planejamento e sem estratégias de comunicação, atingindo assim, qualquer público, sendo ele ou não o almejado pela instituição (SCHUTZ, 2010).

4.3 Gestão de imagem: uma estratégia de RP e comunicação

Uma candidata a *Miss* ou a um concurso de beleza deve prezar pela sua reputação, ou seja, não fazer escolhas ou tomar atitudes que possam agredir sua moral ou conduta, zelar pela sua imagem.

Para participar de um concurso de beleza, a miss deve conter naturalidade, simpatia, beleza e personalidade, a Miss exerce um papel perante a sociedade que é ser um exemplo para outras mulheres, não só na beleza, mas de empoderá-las para seguir seus objetivos. Ela tem que apoiar e incentivar causas sociais e mostrar a

cultura do seu país ao universo, pois ela é a representante de toda uma nação, relata a Miss Brasil, Raissa Souza. (GONÇALVES, 2016)

A imagem de uma marca, ou pessoa, é a soma das percepções que os públicos adquirem sobre ela (RAPETTI, 2012). Portanto, a construção de uma imagem é importante na criação de sentimentos bons perante seus consumidores, para que agregue um posicionamento estratégico e positivo no mercado, sejam elas as candidatas ou da marca Miss Brasil.

A imagem é um conceito de recepção. Os estudos de imagem tratam da maneira pela qual certos públicos concebem um produto, uma marca, um político, uma empresa, um país. A imagem trata da maneira pela qual esse público decodifica o conjunto de símbolos provenientes dos produtos, dos serviços e das comunicações emitidas pela marca. (KAPFERER, 2004, p. 86 apud RAPETTI, 2012).

Com isso, como gerir uma marca se não temos uma imagem? Compreende-se que a relação da atividade de Relações Públicas gerenciando a questão da imagem organizacional perante os públicos, Ogden (2007, p.123) admite que “[...] as Relações Públicas têm a função de gerar no público geral, ou na opinião pública” (OGDEN, 2007, p. 123 apud MOCH, 2011). O autor enfatiza que “[...] o foco das relações públicas é prioritariamente formar, manter ou resgatar a boa imagem da empresa a sociedade” (OGDEN, 2007, p. 123 apud MOCH, 2011)

Por meio disso, Ogden considera, na esfera do marketing, que a função de relações públicas seja exclusivamente a de despertar na sociedade estima em relação à empresa na qual exerce a atividade, o autor considera que o profissional de Relações Públicas é o único que tem o poder de salvar uma reputação. (MOCH, 2011), sendo o profissional mais capacitado para atuar como gestor de imagem.

[...] os estrategistas de relações públicas assessoram os dirigentes, identificando problemas e oportunidades relacionados com a comunicação e a imagem institucional da organização no ambiente social, avaliando como o comportamento dos públicos e da opinião pública pode afetar os negócios e a própria vida da organização. (KUNSCH, 2003, p. 103)

Em vista disso, uma atitude preventiva é sempre a melhor estratégia para manter uma imagem de marca fortalecida. Sendo assim, é possível entender na prática como certos erros podem afetar a imagem de um concurso se não trabalhados estrategicamente por um profissional capacitado e como isso repercutir mundialmente e acabar com a reputação do concurso.

Um caso interessante, foi o da Alicia Machado foi coroada Miss Universo em 1996, ano em que Donald Trump ³ atual presidente dos Estados Unidos da América, se tornou dono do famoso concurso de beleza (Miss Universo). A então esposa dele, Marla Maples coapresentou o evento.

E em seus primeiros meses de "reinado", Alicia, então com 19 anos, fez um amplo trabalho de publicidade gerando altos dividendos para a marca Miss Universo. Os ataques do Trump, que descreveu Alicia como "máquina de comer" chamando-a de "*Miss piggy*" no programa de rádio do controverso apresentador Howard Stern, teve um forte impacto na autoestima da jovem, que se sentia constrangida publicamente.

"Ele não é boa pessoa. É um valentão", disse Alicia em entrevista ao programa de TV *Inside Edition* em maio do ano passado.

Alicia ainda afirma que "Trump a chamou 'Miss Empregada Doméstica', por ser latina e isso a deixou muito triste, deprimida, vivendo um circo, 'a Miss Universo gorda", uma brincadeira que causou muito sofrimento. "Com tudo isso, Alicia sofreu de distúrbios alimentares, não comia, e se sentia gorda", afirma ela.

Após anos, não fazendo mais parte da organização do Miss Universo, Donald Trump se candidatou a presidente dos Estados Unidos e obviamente, Alicia soltou a voz e fez campanha política para a concorrente direta de Trump, Hillary Clinton⁴, e afirmou: "Eu sou uma cidadã americana, por isso não tenho medo de falar o que falo", disse. "Ele não se dá conta do mal que faz", acrescentou. "Não tem nem capacidade nem experiência nem preparação nem humanidade para ser presidente dos Estados Unidos", conclui Alicia. (BCC NEWS, 2016)

Segundo Marchiori (2008, p. 88 apud MOCH, 2011)

[...] as Relações Públicas promovem e gerenciam relacionamentos, detectando e avaliando os anseios, as necessidades e as reações dos públicos para posteriormente, traçar estratégias comunicacionais que vão ao encontro daquilo que esses públicos esperam da organização. Para tanto, mapeiam os públicos estratégicos, também conhecidos como *stakeholders*.

Após isso, Trump tem uma imagem negativa diante das candidatas, por sofrerem abusos psicológicos e transtornos alimentares causados por comentários negativos vindo do presidente do concurso, muitas candidatas se identificou com a

³ Donald John Trump é um empresário de 74 anos, ex-presidente do concurso Miss Universo, personalidade televisiva e político americano, sendo atualmente o 45.º presidente dos Estados Unidos.

⁴ Hillary Diane Rodham Clinton é uma advogada e política norte-americana. Exerceu os cargos de secretária de Estado dos Estados Unidos de 2009 a 2013, senadora por Nova Iorque entre 2001 e 2009, primeira-dama de 1993 a 2001, e foi a candidata do Partido Democrata à presidência na eleição de 2016.

situação de Alicia, vindo de dentro dos concursos de beleza, com isso, a reputação é um resultado de médio a longo prazo que se obtém a partir das atitudes e ações efetivamente colocadas em práticas por um indivíduo ou organização, pelo que você faz e acontece, o porta voz do concurso se queimou mundialmente pela falta de educação e grosseria com a candidata.

Na edição de 2015 do concurso Miss Universo, em Las Vegas, transmitida ao vivo pelo mundo todo pelos canais abertos, ficou marcada uma gafe do apresentador que anunciou a vencedora errada. A Miss colômbia, Ariadna Gutierrez, já estava com a coroa na cabeça, quando o apresentador, Steve Harvey, se deu conta que anunciou a vencedora errada, que na verdade, Ariadna era a segunda colocada. A escolhida para ser a Miss Universo daquele ano era a Filipense, Pia Alonzo Wurtzbach, sendo assim, o erro foi corrigido com a coroa sendo retirada de Gutierrez e passada para Wurtzbach, um erro terrível que é comentando até hoje pelos telespectadores.

Não durou muito para que o assunto tomasse grande proporção, a *hashtag* #MissUniverse2015 ficou em primeiro lugar no *twitter* e milhares de pessoas começaram a postar piadas e memes a respeito da gafe. Os usuários do *facebook* publicaram comentários negativos sobre o concurso na página oficial do Miss Universo.

No entanto, quando o gerenciamento de crises se faz necessário, após a destruir sua imagem e acabar com sua reputação, é preciso ser honesto, direto, ficar do lado do consumidor e agir rapidamente. Nesses períodos conturbados, é essencial manter canais de comunicação abertos com o público para informar as medidas que estão sendo tomadas pela sua empresa e até mesmo se desculpar. Para isso, as redes sociais e a facilidade de anunciar nas mídias de massa são grandes aliadas no processo de recuperação da marca. (NEGOCIOS SC, 2019)

Depois disso, é possível ver a importância de um gerenciamento de imagem e o quanto é indispensável na organização. Mais muito mais do que fazê-lo, é necessário que seja feito por um profissional de Relações Públicas e que, dessa forma, saberá adaptar ou até mesmo, criar a melhor ferramenta e estratégias para a avaliação e controle dessa imagem nos concursos de beleza.

Na pesquisa aplicada, abordaremos uma problemática muito recorrente nos concursos de beleza, muitas vezes, as próprias candidatas acabam sendo sua própria gestora de imagem e até mesmos os organizadores de níveis municipais não tem uma equipe para gerenciar a imagem e reputação do concurso, sendo assim, é possível

identificar o quanto as mulheres sofrem com o peso de sempre estarem com a imagem perfeita citados nos capítulos do contexto histórico ao longo dos anos e quantos distúrbios e transtornos são mascarados e desenvolvidos pelas candidatas ao participar de um concurso de beleza que na maioria da vezes é apenas a imagem que conta.

5 PESQUISA APLICADA

Este capítulo trata da pesquisa aplicada realizada com os organizadores de concursos de Beleza e candidatas a misses. O objetivo é compreender o papel das Relações Públicas e da comunicação na organização de um concurso de beleza, em especial, no Miss Brasil, bem como identificar os desafios e expectativas das candidatas a misses que participam desses eventos. Apresenta-se a metodologia utilizada, instrumento de pesquisa, coleta de dados e os resultados dos estudos realizados.

5.1 Problema

No estudo teórico, verificou-se que uma das funções do profissional de Relações Públicas consiste na concepção e gestão de eventos segundo a Resolução Conferp 43/2002 (NORMAS BRASIL, 2002), entre os quais destacam-se os concursos de beleza. Ademais, constatou-se que este profissional, aliando conhecimentos e técnicas de Relações Públicas e Marketing pessoal, pode contribuir para assessorar personalidades públicas e celebridades, a exemplo das misses na gestão de sua imagem.

Diante da ausência de informações sobre a atuação do profissional de Relações Públicas neste tipo de evento e na gestão da imagem de candidatas e misses, pergunta-se: Como o trabalho do profissional de Relações Públicas pode efetivamente contribuir na organização de concurso de beleza (em especial do Miss Brasil) e na gestão da imagem de candidatas e misses?

5.2 Objetivos

Neste tópico determina-se o objetivo geral e específico da pesquisa a ser realizada com os responsáveis pelo concurso e candidatas.

5.2.1 Objetivo geral

O desenvolvimento dessa pesquisa tem como objetivo geral entender o papel da comunicação para a organização dos concursos de beleza, bem como a rotina e o impacto da imagem pessoal das candidatas do concurso Miss Brasil.

5.2.2 Objetivos específicos

A pesquisa será realizada com organizadores e candidatas do concurso Miss Brasil, para isso, determinou-se os objetivos específicos e as hipóteses para cada objetivo específico do estudo, conforme o quadro:

Quadro 4: Objetivos específicos e hipóteses

	Objetivos específicos	Hipóteses
Para organizadores	Identificar as particulares, dificuldades e etapas de um concurso de beleza.	Os concursos devem prezar pela honestidade nos resultados sendo uma das principais dificuldades a sua viabilização financeira por causa da complexidade ou diferentes etapas pelas quais o concurso deve passar
	Compreender o tempo de organização, públicos, viabilização financeira e aspectos técnicos do concurso	O concurso deve contar com um planejamento estratégico para sua continuidade e sucesso.
	Conhecer as estratégias e canais de comunicação utilizados e sua relevância para os concursos	Os organizadores dos concursos devem mapear e entender o público-alvo para determinar os canais e estratégias de comunicação.
Para candidatas e misses	Compreender os padrões estéticos impostos dentro de um concurso de beleza e se há mudanças ao longo dos anos.	As regras e os padrões estéticos exigidos nos concursos são rígidos, porém existe uma tendência de mudança na atualidade.
	Compreender como é feita a preparação para participar de um concurso de beleza em relação a imagem (visual, valores, formação, comportamento) da candidata.	As candidatas mudam aspectos da sua identidade (visual, comportamentos, valores) para se adequarem as regras do concurso.
	Entender as principais realizações e frustrações de uma candidata no concurso de beleza.	As candidatas provavelmente possuem mais frustrações do que realizações

Fonte: elaboração própria, 2020.

Conforme o quadro 4 foi possível determinar os objetivos específicos da pesquisa com os organizadores e com as candidatas a misses e as hipóteses para cada objetivo. Tais objetivos servirão para construção do instrumento de pesquisa e as hipóteses para comparar os resultados obtidos no estudo.

5.3 Metodologia

Será realizado um estudo de campo, ou seja, uma pesquisa que busca em fontes primárias informações sobre a realidade estudada, no caso, sobre os sujeitos da pesquisa que são os organizadores de concursos de beleza e as candidatas e misses. Determinou-se o estudo de campo pois ele procura aprofundar as questões definidas e focar em uma comunidade para as entrevistas, além disso, sugere uma imersão no ambiente a ser pesquisado e a autora conta com vivência em concursos de beleza. (GIL, 2002)

Quanto a natureza da pesquisa, o estudo será exploratório, isto é, busca-se obter informações ainda não disponíveis para compreender como funcionam os concursos de beleza e a dinâmica e desafios para as candidatas participarem destes eventos, sob a perspectiva das Relações Públicas e da comunicação, dessa maneira será possível alcançar maior familiaridade com o problema. (GIL, 2002)

Quanto à coleta e tratamento de dados, a pesquisa será qualitativa, pois se busca conhecer em profundidade os aspectos gerenciais da organização dos concursos e a experiência das candidatas e misses.

Para isso, como técnica de coleta, serão realizadas entrevistas estruturadas com responsáveis pela organização e divulgação do Concurso Miss Brasil e participantes do Concurso. Segundo Gil (2002), a entrevista estruturada estabelece uma relação fixa e sequencial de perguntas a serem realizadas para os entrevistados, sendo assim, é possível obter informações concretas sobre a temática.

5.4 Amostra

Como universo foi determinado dois grupos: os organizadores de concursos, bem como aqueles que atuam nos regionais e outros concursos; e as candidatas e misses do Miss Brasil.

A seleção da amostra determinou-se por conveniência, pois foi realizada de acordo com a disponibilidade e aceite dos entrevistados para participarem do estudo.

Desta forma, foram selecionados três entrevistados para cada grupo, conforme perfil observados nos quadros 5 e 6.

5.4.1 – Perfil dos entrevistados

Desenvolveu-se dois quadros a fim de facilitar o conhecimento de cada participante da pesquisa, enquanto a fotografia dos mesmo, respectivamente.

Quadro 5: Informações das misses entrevistadas

Grupo 2 – Misses

Nome	Fernanda Leme	Paula Palhares	Bruna Michels
Idade	28 anos	21 anos	31 anos
Formação	Superior Incompleto	Técnica em Eletromecânica e estudante de Engenharia mecânica.	Psicóloga e estudante de direito.

Quadro 5 – Informação das misses entrevistadas - continuação

Região do concurso	São Paulo	São Paulo	São Paulo
Classificação	1º lugar Miss Ribeirão Preto, 1º lugar no Miss São Paulo e 2º lugar no Miss Brasil 2014.	1º lugar Miss Teen São Paulo, 3º lugar no Miss teen Brasil, 1º lugar no Miss São Paulo e top 10º Miss São Brasil 2018.	1º Miss Diadema, 1º lugar Miss São Paulo e top 5 Miss Brasil 2013.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Quadro 6: Informações dos organizadores entrevistados

Grupo 1 – Organizadores			
Nome	Kabeto	Roberto Macedo	Éder Rodrigo Ignácio
Idade	Não informado	58 anos	39 anos
Formação	Advogado	Arquiteto e Jornalista.	Administrador
Região do concurso	São Paulo	Bahia	São Paulo
Tempo de atuação e concurso:	Aprox. 7 anos. Organizador do Miss teen Sp e Brasil.	Aprox. 8 anos. Organizador do Miss Brasil 2020.	Aprox. 22 anos. Organizador do Miss Ribeirão Preto.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Imagem 1: Fotografia dos participantes da pesquisa



1º Fernanda Leme



2º Paula Palhares



3º Bruna Michels



4º Éder Inácio



5º Roberto Macedo



6º Kabeto

Fonte: Elaboração própria a partir de imagens cedidas pelo participante.

5.5 Instrumentos de pesquisa

Como instrumento de pesquisa foi elaborado um roteiro estruturado para cada um dos grupos (organizadores e candidatas), conforme apêndice A.

As entrevistas foram realizadas entre dia 20 de setembro e 01 de outubro de 2020. O primeiro contato foi realizado via Instagram a fim de convidá-los a participar da entrevista a ser realizada via *WhatsApp* (aplicativo de troca de mensagens por áudio e escrita). Logo no início apresentou-se a carta convite, que se trata de um termo de concordância referente à utilização das respostas para o desenvolvimento deste trabalho acadêmico (apêndice A). Todos os entrevistados realizaram a aceitação oral na gravação do áudio.

5.6 Análise dos resultados

Neste tópico, os resultados serão apresentados de forma analítica, ou seja, comparando e discutindo as respostas de todos os entrevistados em cada categoria

(organizadores e candidatas). A descrição das respostas na íntegra das entrevistas de cada pesquisado encontra-se em apêndice B.

5.6.1 Análise das respostas dos organizadores

As respostas foram organizadas de acordo com cada grupo e divididas em temas, conforme os objetivos específicos e serão apresentadas de maneira comparativa. O grupo dos organizadores foi composto por três temas:

Tema 1 - Particularidades e dificuldades da organização de eventos:

Durante as entrevistas verificou-se que existem diversas particularidades que envolvem um concurso de beleza, pois ele não se trata apenas de um evento cultural e de entretenimento, é necessário possuir um certo nível de sensibilidade para se trabalhar com o ego dos envolvidos, sejam eles familiares ou candidatas. Além disso, é importante se atentar com a isonomia, ou seja, não fazer diferença entre as candidatas, por isso uma das estratégias do júri técnico para julgar seria a votação sem nota, dessa forma cada jurado escolhe as candidatas que preferem e as mais votadas seguem para a próxima etapa.

Os entrevistados citam que é necessário um bom regulamento para auxiliar na credibilidade do concurso, além disso, a escolha de jurados deve ser realizada com cuidado e comendo profissionais ligados a beleza e de boa índole, pois, é necessário ser transparente no resultado que nem sempre é aceito pela candidata, familiares e patrocinadores.

Em relação ao evento, a infraestrutura é fundamental para a realização da cerimônia para que se adeque ao espetáculo e ofereça um bom ambiente para a preparação das candidatas, realização das provas e entrevistas coletivas. Para isso é necessário possuir bons patrocínios uma das maiores dificuldades nos últimos anos.

Tema 2 - Tempo de organização, públicos, viabilização financeira e aspectos técnicos do concurso:

Por meio das entrevistas foi possível entender os processos que são realizados pré, durante e pós o concurso Miss Brasil. Para viabilizar o evento é necessário iniciar o planejamento com antecedência, pois a data é definida após o cronograma do Miss Universo e irá determinar o cronograma nacional, dentre eles os municipais e estaduais.

O Miss Brasil inicia o planejamento com pelo menos um ano de antecedência, ou seja, logo após a finalização do evento inicia-se o do ano posterior com a captação

de candidatas por meio do contato com os organizadores dos concursos municipais, estaduais, para que os patrocinadores, agendem datas e locais para o evento e o preparatório, contratação de atrações, entre outros. No ano de 2020, por conta da pandemia, os concursos estão sendo realizados de maneira online, com transmissões ao vivo, sendo uma novidade para os organizadores em todo o mundo.

O principal público envolvido no evento são os familiares, as candidatas, os patrocinadores e os amantes do “universo de miss”. A viabilização financeira ocorre por meio dos patrocinadores e parcerias, pois, muitas vezes, será realizado uma troca, por exemplo: o dono do restaurante oferece um jantar para as candidatas em troca de divulgação nas mídias digitais do concurso ou das candidatas.

Em relação aos aspectos técnicos envolvidos no concurso é possível observar uma divergência nas opiniões dos entrevistados, pois enquanto um lado defende o júri técnico, com profissionais qualificados da área da moda, outro defende a diversidade no júri, tornando o eclético, com a participação de fotógrafos, artistas, blogueiros, artistas plásticos, entre outros.

Tema 3 - Estratégias e canais de comunicação utilizados e sua relevância para os concursos:

Hoje, apenas o concurso miss Brasil é vinculado com a TV aberta, no caso a rede Bandeirantes de televisão, os demais concursos não tem ligação com a TV a cabo, mas, os canais são mais diversos, tais como, *Instagram, Youtube, Facebook, lives*, rádio, e imprensa, sendo assim, a estratégia é impactar as pessoas voltando a atenção das mesmas para o evento. Despertar o interesse, a curiosidade de acompanhar e assistir.

Segundo, Manoel Marcondes “as organizações prezam pela sua imagem no mercado”, é nítido observar que a credibilidade do concurso interfere diretamente na imagem e reputação dos envolvidos, sendo assim, o papel de um profissional de relações públicas é fundamental para preservar, consolidar sua “imagem” a seus parceiros, patrocinadores, familiares e mídia, e, se ocorrer uma crise de imagem pública, será necessário uma ação que ajude a manter e zelar o respeito da marca junto à imprensa.

Sendo assim, observamos que “o profissional de relações públicas atua como “*Coach*”, no sentido de que ele está apto a facilitar a vida pessoal ou profissional de um atleta, de um executivo, de um artista, não só validando, mas sim, desenvolvendo

e ampliando seus potenciais e conhecimentos adquiridos, como também, explorando as maneiras de se apresentar em público de forma apropriada, relata Lala Aranha.

5.6.2 Análise das respostas das candidatas

Assim como o primeiro grupo, as respostas foram divididas em três temas conforme os objetivos específicos.

Tema 1 – Padrões estéticos impostos dentro de um concurso de beleza e se há mudanças ao longo dos anos:

Os padrões eram conforme as regras, ter acima de 1.68 de altura, idade máxima de 27 anos, não ser casada e não ter filhos, meninas magras, cabelos compridos, bem “femininas”. É possível ver as mudanças ao longo dos anos, pois antigamente era exigido o famoso “90,60,90” que era considerado um padrão imposto, 90 centímetros de busto, 60 de cintura e 90 de quadril, sendo meta e idealização de cada miss. Hoje, após a modernização é possível ver o concurso mais desprezado dessas medidas, prezando mais por um corpo harmônico, relata Fernanda Leme.

O termo beleza é muito subjetivo, diz Paula Palhares, o que é beleza para um, talvez não seja para outro, mas ainda esse padrão é presente nos concursos.

Segundo as entrevistadas, o padrão está mudando, atualmente se vê mulheres com todo estereótipo, altas, mais “gordinhas”, baixas, corpos normais, cabelos curtos e raspados, sendo essencial para o momento em que estamos vivendo que é a “despadronização” dos corpos “perfeitos” como eram exigidos antigamente, muitas misses que perderam concursos por polegadas a mais do que era estipulado, sendo muito rigoroso fazendo com que muitas mulheres sofressem por distúrbio de imagem, não se aceitassem e no final se frustrassem por não alcançar o corpo “perfeito”.

As informações obtidas convergem com dados coletados de que há um padrão a ser “seguido”, mas que ao decorrer dos anos é possível ver esse rompimento ao redor do mundo, sendo que, por muitos anos na antiguidade, as mulheres sofriam com o padrão imposto e seus costumes e comportamentos alteram-se, as mulheres passam a adotar novos hábitos e se aceitam como são.

Tema 2 – Como é feita a preparação para participar de um concurso de beleza em relação a imagem pessoal e visual da candidata? Foi necessário mudar sua imagem/personalidade para se encaixar no concurso?

As candidatas relataram que a preparação exige muito de cada uma, a rotina de preparação é muito intensa, é necessário pensar em tudo, olhar o conjunto

concurso anterior, reparar alguns erros, aperfeiçoar as aulas de passarelas, etiquetas, *Coaching*, treinos de musculação, aula de teatro, aula de conhecimentos gerais, *Coach* político, tratamentos estéticos como toxina botulínica, preenchimentos, entrevistas e eventos, nesse meio muitas candidatas precisam trancar a faculdade ou até mesmo largar o emprego para conseguir se adaptar nessa “nova” rotina.

De acordo com a entrevistada Bruna Michels o fato da miss ser uma pessoa pública, exige muito de si, ser miss é como ter um emprego, você acaba vivendo isso, quando eleita a Miss Brasil, você é remunerada e cada profissão tem seu protocolo de como cada indivíduo deve seguir, cada local irá te mostrar como você deve se portar.

De forma complementar, a candidata Bruna, explica que “Muitas das vezes, quando se ganha o municipal, é exigido que a Miss se prepare intensamente para concorrer ao Miss Estadual, os coordenadores dos concursos impõe melhorias para que as candidatas se “destaquem” nas próximas etapas dos concursos, sendo assim, uma das candidatas precisou operar o nariz, sendo algo que não a incomodava na época, a candidata chegou até se questionar se realmente era necessário essa mudança para se adequar no concurso e após muita insistência sobre assunto, ela começou a se incomodar com o nariz e acabou optando por realizar a cirurgia, sendo que nunca foi algo que a incomodou.

Sendo assim, é possível refletir sobre o capítulo abordado, “até que ponto a luta para se padronizar vale a pena?”, essa propagação na ditadura da beleza passou a incentivar a obra do corpo ou vida perfeita, nem tudo é como sonhamos, há doenças mascaradas por trás disso, tais como os transtornos alimentares, transtornos psíquicos e inúmeras cirurgias invasivas.

Tema 3 - Principais realizações e frustrações de uma candidata no concurso de beleza

Como todo concurso tem competição, todas as candidatas gostariam de ganhar, são novas amizades, novas experiências, relatou Fernanda Leme que “com isso, você tem a oportunidade de ser ouvida, abordar sobre temas importantes, mostrar as pessoas que você pode permanecer com sua essência, carregar o nome da sua cidade e representar o seu estado é uma grande realização, visualizar sua família e amigos torcendo por você, é uma grande alegria.”

Para a candidata Bruna Michels, “Uma das maiores frustrações é ser sempre perfeita, “mulheres com a boca perfeitas” “nariz perfeito” “boca perfeita”. Desta forma,

as entrevistadas narraram que quando o resultado da vencedora não é aceito pelo público, elas sofrem inúmeros ataques e xingamentos, muitas vezes são mulheres que não estavam prontas para lidar com pessoas maldosas e *haters*, muitas mulheres não tiveram experiências anteriores neste “mundo de miss”, sofrem ataques deixando um impacto muito negativo sobre elas, ainda mais na internet, onde as pessoas dizem o que pensam e na hora que elas querem.

Uma das entrevistas, relatou que há muita rivalidade nesse meio dos concursos de beleza que são mascaradas, e que sofreu ataques da segunda colocada no Miss São Paulo, com boatos de ter comprado o concurso por ter sido a vencedora naquele ano, diante disso, ela foi chamada de feia inúmeras vezes pelas redes sociais e durante o confinamento do Miss Brasil, teve alguns problemas intestinais que ocasionou sua ida ao hospital e mais uma vez sofreu ataques de candidatas afirmando que fez lavagem para ficar magra para o dia do concurso, chegando a conclusão que muita das meninas haviam problemas de distúrbios por se acharem gorda e muitas das vezes, passavam o dia sem se alimentar para se encaixar nas medidas impostas, relata Bruna Michels, formada em nutrição.

No capítulo sobre transtornos alimentares, identificamos o quanto as mulheres sofrem pela caracterização dos aspectos de medo mórbido de engordar, deixando-as exageradamente preocupadas com suas formas e peso, seja no ganho corporal, redução voluntária e que conseqüentemente a levará ao uso abusivo de laxantes, diuréticos e alimentações restritas, causando danos físicos, emocionais e sociais ao longo de sua trajetória.

Foi possível concluir e vivenciar um pouco de como é a preparação dentro de um concurso de beleza e como há temas que ainda precisam ser discutidos. Sempre houve um padrão imposto, desde o início da antiguidade, mas, o apoio de ir contra os padrões, estão sendo trabalhados socialmente pela mídia e pelos próprios concursos de miss ao redor do mundo, observa-se o rompimento de “regras” atribuídas no início dos anos noventa até os dias atuais, sendo de extrema importância para aceitação na sociedade de que o belo está nos olhos de quem vê e que todas podem ser belas dentro do seu estereótipo, e com isso, identificou-se como lacuna como os organizadores trabalham a comunicação dos eventos e as candidatas e misses, lidam e qual a relevância da imagem na carreira delas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciou-se no primeiro semestre de dois mil e vinte, a primeira etapa da monografia cujo tema é o papel das Relações Públicas e da comunicação nos concursos de beleza, o caso miss Brasil. Sendo assim, o trabalho de conclusão do Curso de Relações Públicas, sendo composta inicialmente pela estruturação dos capítulos a beleza no mundo contemporâneo, apontando e informando o conceito e aspectos históricos. Conseqüentemente, abordamos sobre a ditadura da beleza, seus dados e tendências, a saga da busca pela beleza, seus desafios e possibilidades, nos questionando a pensar, “até que ponto se padronizar vale a pena?” Em decorrência disso, pautamos sobre os transtornos alimentares, um caso muito recorrente nos concursos de beleza, o *body shaming* e os *transtornos psíquicos* doenças mascaradas no mundo da moda, argumentamos sobre dados e relatos de cirurgias invasivas e o apoio da mídia ao ir contra esses padrões impostos a tanto tempo.

Em seguida, houve a captação das histórias dos concursos de beleza no Brasil e no mundo, de todos os dados que envolvem as candidatas e vencedoras, narrando histórias sobre essa padronização que a cercam a anos, desde a sua formação inicial até hoje no ano de 2020 num cenário onde estamos vivendo uma era pandemia mundial. Após captadas esses dados e informações, é possível compreender o papel das Relações Públicas neste meio, o quanto se faz presente por ser uma profissão técnica e estética, visando sempre as melhores estratégias para a construção recorrente de seus relacionamentos, reconhecimento, reputação e relevância dentro de uma organização ou até mesmo, pelo marketing pessoal das candidatas, há inúmeras possibilidades de atuação neste campo, seja ele como uma ferramenta de eventos, o profissional pode agregar positivamente ao evento e valorizar ainda mais pontos para realçar prezar a credibilidade, já que foi abordado neste capítulo.

Na segunda etapa, realizamos uma pesquisa de campo, tem como objetivos identificar os desafios da gestão e o papel da comunicação junto aos organizadores de concursos de beleza e, também, conhecer a trajetória de candidatas e vencedoras do concursos Miss Brasil, que por meio de entrevistas com três organizadores de concursos de beleza e três participantes do concurso Miss Brasil, foram analisados os públicos e cenários que viabilizam o concurso e discutindo assuntos sobre a quebra de padrão ao redor do mundo, as principais realizações e frustrações das candidatas e como isso agregou na vida pessoal de cada uma. O contato com os entrevistados,

foi de forma online, preservando a situação de pandemia em que estamos vivendo mundialmente, as candidatas e os organizadores foram bem solícitos ao apresentar dados, informações e compartilhar seus ideais. Identificamos fraquezas, ameaças, forças e oportunidades em sua atuação diante dos concursos de beleza, mas, que a partir disso, foi possível alcançar o objetivo do projeto de pesquisa, com isso, concluiu-se que a muitas mudanças a serem conquistadas neste meio, mas é possível compreender e identificar uma ascensão por desvincular a padronização e que é uma série de etapas e objetivos a serem alcançados e com isso, as Relações Públicas podem contribuir na gestão da comunicação, comunicação digital, comunicação mercadológica e institucional, eventos e preservar a imagem da organização ou pessoal das candidatas.

Com isso, o profissional de Relações Públicas vem conquistando cada vez mais espaço na organização e realização de grandes eventos por abranger em sua área de trabalho uma boa comunicação, fazendo assim com que o planejamento seja discutido, explorado e realizado da melhor forma possível.

Sua presença tem se feito então indispensável para o sucesso de eventos de grande porte, como visto na análise deste artigo, por ser capaz de zelar pela imagem das candidatas e do concurso Miss Brasil, que mesmo em processo de mudanças, é um desafio aos profissionais de comunicação, ainda mais nessa era tecnológica e de quebra de padrões, o Relações Públicas tem que acompanhar detalhadamente todas as etapas da realização de sua gestão.

As etapas aqui descritas são de extrema importância para que tudo no evento esteja conforme o planejado. Vale lembrar que, mesmo com tanto preparo, imprevistos podem acontecer. Para isso, o organizador deve estar preparado para lidar com tais crises para resolvê-las com a maior eficiência, de forma a não prejudicar o andamento do evento, cabe ao profissional manter a imagem do evento e qualidade da cerimônia, ou seja, o profissional exerce várias funções durante o processo de produção, acontecimento e término do evento, com o objetivo final de fazer com que a imprensa e os convidados tenham visões positivas sobre a solenidade e se tenha um evento de excelência.

REFERÊNCIAS

BCC NEWS. **A ex-miss Universo venezuelana que se tornou personagem involuntária do debate entre Hillary e Trump.** 27 setembro 2016. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-37490801>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

CARVALHO, Isis Alves. SERPA, Monise Gomes. **Corpo e Embelezamento: a Criança Participante de Concurso de Beleza.** Psicol. cienc. prof. vol.34 no.4 Brasília Oct./Dec. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932014000400835>. Acesso em: 30 ago. 2020.

CAVALHEIRO, Isabela. RODRIGUES, Larissa Ferracine. O papel do Relações Públicas na Organização de Grandes Eventos. 2013. disponível em: <[file:///C:/Users/Acer/Downloads/R38-1107-1\[1\].pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/R38-1107-1[1].pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2020.

CESCA, C. G. **Organização de Eventos.** 8ª Ed. São Paulo: Summus, 1997.

COLTRO, Prof. Dr. Pedro. **Líder Mundial.** SBCP Blog. 13 fev. 2020. Disponível em: <<http://www2.cirurgiaplastica.org.br/blog/2020/02/13/lider-mundial/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

CONHEÇA a história do Miss Brasil. Terra. 2020. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/miss-brasil/conheca-a-historia-do-miss-brasil,ae08a161bab6d310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 28 set. 2020.

COPETTI, Aline Vieira Sá. QUIROGA, Caroline Villanova. **A influência da mídia nos transtornos alimentares e na autoimagem em adolescentes.** Rev. Psicol. IMED vol.10 no.2 Passo Fundo jul./dez. 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-50272018000200011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 01 set. 2020.

CRUZ, Renata. **O Mundo Secreto dos Concursos de Beleza.** Cultura. Super Interessante. 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/o-mundo-secreto-dos-concursos-de-beleza/>>. Acesso em: 23 mai 2020.

DA Redação. **Que Mulher é essa?** História. Super Interessante, 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/que-mulher-e-essa/>> Acesso em: 23 mai. 2020.

DANTAS, Jurema Barros. **Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade.** Estudos e Pesquisas em Psicologia (internet), 2011; 11(3): 898-912. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4518/451844636010.pdf>>. Acesso em: 23 mai 2020.

DICIONARIO Brasileiro Melhoramentos. São Paulo: Melhoramentos, 1968.

DOVE Convida Mulheres a Celebrarem a Beleza Fora da Caixa. Grandes Nomes da Propaganda, 2016. Disponível em: <<https://grandesnomesdapropaganda.com.br/anunciantes/dove-convida-mulheres-a-celebrarem-a-beleza-fora-da-caixa/>> Acesso em: 23 mai 2018.

ESTEVÃO, Ilca Maria. **Angela Ponce: primeira candidata trans do Miss Universo faz história.** Metrôpoles. 17/12/2018. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas-blogs/ilca-maria-estevao/angela-ponce-primeira-candidata-trans-do-miss-universo-faz-historia>>. Acesso em: 20 set. 2020

FERRAZ, José Ricardo. **Ninguém nasce bela, torna-se bela – Miss Brasil: Beleza e gênero (1950-1980).** Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2015. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/transversos/article/viewFile/19798/14351>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

FERRAZ, Ju. **O peso do Body Shaming: o significado (e as nuances) da pressão estética.** Vogue Gente. Out. 2019. Disponível em: < <https://vogue.globo.com/Vogue-Gente/noticia/2019/10/o-peso-do-body-shaming-o-significado-e-nuances-da-pressao-estetica.html>>. Acesso em: 23 set. 2020.

FONSECA JUNIOR, A. A. **Projeto: Coroa Miss Rio Grande do Norte 2020.** 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN, 2019. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/10276/1/TCC%20-%20Aderson%20J%c3%banior.pdf>> Acesso em: 23 mai. 2020.

GAUCHA Z. **Saiba como foi a cerimônia do Miss Brasil 2020.** 20/08/2020. Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/gente/noticia/2020/08/saiba-como-foi-a-cerimonia-do-miss-brasil-2020-cke2yu3yi003y0147dqv61ae1.html>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

G1, Globo. **Miss Minas Gerais, Júlia Horta, vence o Concurso Miss Brasil.** 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/03/09/jovem-que-representou-o-estado-de-minas-gerais-e-eleita-miss-brasil-2019.ghtml>>. Acesso em 30 abr. 2020.

GEISEL, B. S. **Centro de Beleza Estética Corporal e Facial.** 2016. Relatório (Graduação em Arquitetura) – Faculdade Meridional/Escola Arquitetura e Urbanismo, Passo Fundo/RS, 2016. Disponível em: <<https://www.imed.edu.br/Uploads/Bruna%20Strapasson%20Geisel.pdf>> Acesso em: 23 mai 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 1946. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Gabriela. **Meninas negras 'vão se sentir representadas', diz nova Miss Brasil.** G1. 03/10/2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/10/meninas-negras-va-se-sentir-representadas-diz-nova-miss-brasil.html>>. Acesso em: 22 set. 2020.

GOULART, Jamile Schmitz; BENINI, Ana Maria Leopaci. **Os novos paradigmas dos padrões de beleza feminina na contemporaneidade.** Portugal: Editora, 2014.

GROH, André. **O adeus de Martha Rocha, eleita a primeira Miss Brasil em 1954.** 07/07/2020. Disponível em: < <https://omunicipio.com.br/andre-groh-o-adeus-de-martha-rocha-eleita-a-primeira-miss-brasil-em-1954/#:~:text=Na%20%C3%A9poca%2C%20a%20candidata%20dizia,polegadas'%20na%20largura%20do%20quadril.>>. Acesso em: 20 set. 2020.

GUIZZO, B. S. **"Aquele negrão me chamou de leitão": representações e práticas corporais de embelezamento na educação infantil.** Dissertação de Doutorado, Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. (2010).

HADLER, Raquel. PEREIRA, Gabriela. **Miss Universo e a imposição do corpo “perfeito.** 14/03/2017. Ética de bolso. Disponível em: <<https://eticadebolso.com.br/miss-universo-e-a-imposicao-do-corpo-perfeito/>>. Acesso em: 20 set. 2020

JIMENEZ, M. **Por que a Beleza é tão importante para as mulheres.** Todas Fridas. 2018. Disponível em: <<https://www.todasfridas.com.br/2018/11/12/por-que-a-beleza-e-tao-importante-para-as-mulheres/>> Acesso em: 23 mai 2020.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 4ª Ed. São Paulo: Summus, 2003.

LIMA, Patricia. **A Ética e a Estética da Atividade de Relações Públicas.** Patricialimarp. 2010. Disponível em: < <http://patricialimarp.blogspot.com/2010/04/etica-e-estetica-da-atividade-de.html>>. Acesso em 20 set. 2020.

MAGALHÃES, F. **Corpo Re-construção: a ação, ritual e performance**. In: GARCIA, Wilton (org.). *Corpo e subjetividade: estudos contemporâneos*. São Paulo: Factash Editora, 2006.

MARCOALDI, F. **O Fantasma da Beleza Feminina**. Entrevista com Gilles Lipovetsky. Instituto Humanitas Unisinos (online), 2012. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/511501-o-fantasma-da-beleza-feminina-entrevista-com-gilles-lipovetsky>> Acesso em: 23 mai. 2020

MARTINS, Josinaldo. **Mercado brasileiro de cirurgia plástica cresce, apesar da crise**. Diário da Jaraguá. 21 ago. 2019. Disponível em: <<https://www.diariodajaragua.com.br/colunistas/post/mercado-brasileiro-de-cirurgia-plastica-cresce-apesar-da-crise/419137/>>. Acesso em: 30 ago. 2020.

MARTINS, Vanessa. **Justiça condena ex-médico Marcelo Caron por lesão corporal, em Goiás**. G1. 16/08/2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/goias/noticia/2016/08/justica-condena-ex-medico-marcelo-caron-por-lesao-corporal-em-goias.html>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

MESQUITA, Marina Leitão. **Gênero e Glamour na Rede de Concursos de Beleza Gay Cearenses**. 2017. Pesquisa Tese de Doutorado (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal de Pernambuco, 2017. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-2/gt-30/gt30-13/11050-genero-e-glamour-na-rede-de-concursos-de-beleza-gay-cearenses/file>> Acesso em: 23 mai. 2020.

MISS BRASIL 2020: **Gaúcha Julia Gama irá representar o Brasil no Miss Universo**. Gshow. 20/08/2020. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/moda-e-beleza/noticia/miss-brasil-2020-julia-gama-ira-representar-o-brasil-no-miss-universo.ghtml>>. Acesso em: 30 set. 2020.

MOCH, Tamara. **A atividade de Relações públicas, a imagem e a comunicação organizacional: um estudo de caso da Santa Casa de Porto Alegre**. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. HABILITAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS. Porto Alegre. 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/10035/7076>> Acesso em: 23 set. 2020.

NARDELLI, Bruna. **Sul-africana passou por transição capilar antes do Miss Universo**. Metrôpoles. 10/12/2019. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/vida-e-estilo/beleza/sul-africana-passou-por-transicao-capilar-antes-do-miss-universo>>. Acesso em: 30 mai. 2020

NASCIMENTO, Luis Felipe; FERREIRA, Salette Leone; COUTINHO, Rhanica Evelise Toledo. **Levantamento Histórico da Trajetória do Concurso Miss Brasil**. In: IJ 02 – Publicidade e Propaganda / Intercom na Região Sudeste, XXII, 22 a 24 jun 2017, Volta Redonda/RJ. Trabalho... Intercom: Volta Redonda/RJ, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0516-1.pdf>> Acesso em: 23 mai. 2020

NEGOCIOS SC. **Como fazer um bom gerenciamento de crise de imagem**. 31/07/2019. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/como-fazer-um-bom-gerenciamento-de-crise-de-imagem/>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

NETO, Manoel Marcondes Machado; **4Rs das Relações Públicas plenas – proposta conceitual e prática para a transparência nos negócios**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda.,2015. > Acesso em 05 out. 2020.

NORMAS BRASIL. **Resolução Normativa CONFERP nº 43 de 24/08/2002**. 2002. Disponível em: <https://www.normasbrasil.com.br/norma/resolucao-normativa-43-2002_97282.html>. Acesso em: 20 set. 2020.

O QUE VAI bombar no mercado de beleza em 2020 – e render muito dinheiro. Pequenas Empresas e Grandes Negócios. 05 fev. 2020. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Banco-de->

ideias/Estetica-e-bem-estar/noticia/2020/02/o-que-vai-bombar-no-mercado-de-beleza-em-2020-e-render-muito-dinheiro.html>. Acesso em: 25 abr. 2020.

OLIVEIRA, Leticia Langlois; HUTZ, Claudia Simon. **Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo**. Psi Est. Maringá, v; 15, n. 3, set 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-73722010000300015&script=sci_arttext>. Acesso em: 23 mai 2020.

PAULA, F. L. **Band Formaliza a Parceiros que não detém mais Franquia do Miss Universo**. De Faixa a Coroa. F5, 2020. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/de-faixa-a-coroa/2020/03/band-formaliza-a-paceiros-que-nao-detem-mais-franquia-do-miss-universo.shtml>> Acesso em: 23 mai 2020.

PEREIRA, Rafaela Caleffi. **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO PARA O CONCURSO MISS MUNDO BRASIL**. UNESP - FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO, CAMPUS DE BAURU – SP. 2016. Disponível em: <[file:///C:/Users/Acer/Downloads/000866292%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/000866292%20(1).pdf)> . Acesso em: 27 set. 2020.

QUARESMA, Denise. **Body shaming: por que o peso de uma mulher é sempre assunto**. Gaucha ZH. 09/10/2019. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2019/10/body-shaming-por-que-o-peso-de-uma-mulher-e-sempre-assunto-ck1i6r2um043u01r279ovi6ru.html>>. Acesso em: 30 set. 2020.

RAPETTI, Nathalia. **RELAÇÕES PÚBLICAS E GESTÃO DE MARCAS: COMPREENDENDO HABILIDADES E CONTRIBUIÇÕES**. UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO” FAAC - FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. 2012. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/120714/000726484.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 24 set. 2020.

REIS, Joel. **Sou produtor de eventos: diário de bordo para o aperfeiçoamento profissional**. Joel Reis – São Paulo: Editora Senac, 2013.

ROSARIO, Mariana. **As novidades do mercado de beleza, que movimentou 10,9 bilhões de reais/ano** . VEJA, 2019. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/capa-beauty-fair/>>. Acesso em: 24 abr. 2020.

SAMPAIO, R. P. A.; FERREIRA, R. F. **Beleza, identidade e mercado**. Psicologia em Revista, 15 (1), 120-140. 2009

SCHUTZ, Michelly de Souza. **Relações Públicas e Eventos**. RRPP online. 11 de outubro de 2010. Disponível em: <<https://www.rrpponline.com.br/site/relacoes-publicas-e-eventos/>>. Acesso em: 25 nov. 2020

SHMIDTT, Alexandra; OLIVEIRA, Claudete; GALLAS, Juliana Cristina. **O Mercado da Beleza e suas Conseqüências**. Artigo Científico. Balneário Camboriú/SC. 2008. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Alexandra%20Shmidt%20e%20Claudete%20Oliveira.pdf>> Acesso em: 23 mai 2020

SILVA, Henriette Valeria da. **O padrão de beleza imposto pela mídia.Observatório da imprensa**. 15 de abril de 2014.Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/_ed794_o_padrao_de_beleza_imposto_pela_midia/>. Acesso em: 23 mai. 2020.

SIMÕES, Roberto Porto. **Por uma rede teórica para relações públicas - uma forma abreviada da teoria**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Brasil. 1992. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4619141/mod_resource/content/1/Por%20uma%20rede%20te

%C3%B3rica%20para%20rela%C3%A7%C3%B5es%20p%C3%BAblicas-uma%20forma%20abreviada%20da%20teoria.pdf>. Acesso em: 20 set. 2020.

SUENAGA, Camila et al. **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética.** Universidade do Vale do Itajaí, unidade ilha. Florianópolis, SC. Novembro, 2012. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

TALAMONE, Rose. **Brasil lidera ranking de cirurgia plástica entre jovens.** Jornal da USP. 27/02/2018. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/radio-usp/radioagencia-usp/brasil-lidera-ranking-de-cirurgia-plastica-entre-jovens/>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

TV EM ANÁLISE. **Média nacional de audiência domiciliar do Miss Brasil 2019 cai 20% em relação aos concursos de 2016 e 2017 e 16% ante 2018.** 13/03/2019. Disponível em: <<https://tvemanaliscriticas.wordpress.com/2019/03/13/media-nacional-de-audiencia-domiciliar-do-miss-brasil-2019-cai-20-em-relacao-aos-concursos-de-2016-e-2017-e-16-ante-2018/>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

VEJA. **Chamada de “gorda”, miss Canadá perdeu, mas ganhou a internet.** 30 jan 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/chamada-de-gorda-miss-canada-perdeu-mas-ganhou-a-internet/>>. Acesso em: 24 de set. 2020

VIEIRA, Vand. **Cresce o número de cirurgias plásticas no Brasil.** Veja – Saúde. 19 jul. 2017. Atualizado: 14 fev. 2020. Disponível em:<<https://saude.abril.com.br/medicina/cresce-o-numero-de-cirurgias-plasticas-no-brasil/#:~:text=Outro%20destaque%20do%20censo%202016,passava%20de%2017%2C4%25.>>>. Acesso em: 30 ago. 2020.

WELLE, Deutsche. **Miss Alemanha 2020 é eleita por júri formado só por mulheres.** G1. 18/02/2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/olha-que-legal/noticia/2020/02/18/miss-alemanha-2020-e-eleita-por-juri-formado-so-por-mulheres.ghtml>>. Acesso em: 27 set. 2020.

WIKIPEDIA. **Miss Brasil.** Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Miss_Brasil#:~:text=Ter%20no%20m%C3%ADnimo%2018%20\(dezoito,nem%20ter%20tido%20casamento%20anulado](https://pt.wikipedia.org/wiki/Miss_Brasil#:~:text=Ter%20no%20m%C3%ADnimo%2018%20(dezoito,nem%20ter%20tido%20casamento%20anulado)>. Acesso em: 20 set. 2020.

APÊNDICE A – CARTA CONVITE

As entrevistas foram realizadas entre dia 20 de setembro e 01 de outubro de 2020. O primeiro contato foi realizado via *Instagram* a fim de convidá-los a participar da entrevista a ser realizada via *WhatsApp* (aplicativo de troca de mensagens por áudio e escrita). Logo no início apresentou-se a carta convite, que se trata de um termo de concordância referente a utilização das respostas para o desenvolvimento deste trabalho acadêmico (apêndices). Todos os entrevistados realizaram a aceitação oral na gravação do áudio.



Sorocaba, 18 de setembro de 2020.

Prezado(a) entrevistado(a),

A aluna Milena Xavier de Souza, matriculada no curso de Relações Públicas da Universidade de Sorocaba, está desenvolvendo o Trabalho de Conclusão de Curso cujo título é “O papel das Relações Públicas e da comunicação nos concursos de beleza: o caso Miss Brasil”.

Trata-se de um trabalho monográfico que tem como objetivos identificar os desafios da gestão e o papel da comunicação junto aos organizadores de concursos de beleza e, também, conhecer a trajetória de candidatas e vencedoras do concurso Miss Brasil.

Por meio desta, solicitamos a sua concordância em participar da entrevista que será realizada pela estudante como parte da pesquisa aplicada do trabalho de conclusão de curso em andamento.

Ressaltamos ainda que as informações oferecidas serão utilizadas para fins acadêmicos e eventuais publicações científicas.

Certos de contar com o seu apoio, colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,

Profa. Dra. Ana Cristina da Costa Piletti Grohs
Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso

De acordo

Nome e assinatura do entrevistado:

APÊNDICE B – QUESTÕES DA ENTREVISTA

Candidata, Bruna Michels:

1. Quais são os padrões exigidos nos concursos de beleza? O que você acha desses padrões?

R: Como em qualquer concurso, há um padrão exigido para você participar dele, e concurso de miss não é diferente, antigamente o padrão exigido sempre foi de meninas, com corpos magros, cintura finas, bem femininas, altas, cabelo compridos e ondulados, e com passar do tempo e da modernização da mulher com o empoderamento feminino, com aceitação dos corpos, de nossas formas, o padrão mudou, como pode-se ver não são apenas meninas altas que ganham, temos meninas mais baixinhas vencendo, não vemos meninas tão magras ganhando, é possível ver mulheres com corpos normais ou um pouquinho mais cheinho e eu acho legal, faz muito bem nessa sociedade em que vivemos hoje em dia, há uma quebra de desprender os corpos perfeitos, como eram feitos antigamente, como teve muitas misses que perderam concursos por polegadas que tinham de diferença do que era imposto e elas tinham 2 polegadas a mais e com isso, faziam as mulheres sofrerem né, com distúrbio de imagem, não se aceitar e as meninas que assistiam os concursos também sofriam por acreditar que não chegariam a ter esses corpos perfeitos que eram vistos na televisão.

2. Você tem observado mudanças nos pré-requisitos para participação nos concursos de beleza? E na escolha das vencedoras? Quais mudanças observa?

R: Apesar do concurso ter uma padronização para você participar e vejo que se desprender desse padrão é sensacional, pois vejo que cada mulher é bonita do seu jeito, não tem como você pegar aquele tipo de corpo e dizer que é ideal e bonito para ser uma Miss Brasil ou miss universo, eu posso gostar de meninas altas, você pode gostar de meninas baixas e assim vai, cada júri tem um gosto pessoal, não dá pra unificar o gosto de cada um. Acho extremamente correto essa quebra de padrões sobre os corpos femininos, afinal, a beleza é universal e com isso abre-se um leque para que mais mulheres participem dos concursos e se sintam bonitas com seus corpos normais.

Com toda certeza do mundo eu vejo uma mudança e qualquer amante de miss consegue ver essa quebra de padrões de beleza no meio dos concursos, mesmo com os antigos dono da franquia do Miss Brasil, para a nova organização e também no miss universo, havia uma padronização de garotas no concurso, todas altas, magras, cabelos compridos, sorrisos perfeitos, narizes perfeitos, os cabelos sempre bem ondulados, cheios e volumosos e hoje vemos uma grande miscigenação de mulheres com cabelos curtos, que antes não era uma coisa normal, há mulheres com cabelos raspados e vejo que é importante, pois querendo ou não, os concursos de miss é um espelho para outras meninas, se uma menina do cabelo raspado vê uma Miss Brasil ou Miss Universo ela se sente representada, ela pode ser uma referência de beleza, ela se sente mais empoderadas, mais bonita e o papel da miss não é só beleza e sim, falar, ajudar outras mulheres, é ser caridosa, ajudar os outros, essa diversidade na escolha do resultado da vencedora faz com que vemos outros estilos de beleza que antes não eram tão explorados.

3. Como é a rotina de preparação para participar de um concurso de beleza?

R: É tudo muito intenso e passa muito rápido, as vezes a maioria das meninas acreditam que não, mas o mais importante é você curtir o processo e eu pude explorar ao máximo esse autoconhecimento no Miss São Paulo, é aula de passarela, etiqueta, oratória, academia, querendo ou não você precisa ter um corpo em dia, sempre buscando melhorar, aplicação de botox que sempre tem um profissional para te auxiliar, para realçar mais a sua beleza, sendo bem intenso e ao todo tempo você precisa aprender coisas novas, no meu caso, eu falava inglês, então não precisei estudar, embora muitas meninas precisam alcançar esse objetivo para prosseguir.

4. Depois da sua participação, percebeu alguma mudança em relação a sua vida profissional e pessoal?

R: Profissional sim, comecei a participar de vários programas e antes eu trabalhava e ia pra faculdade, neste caso precisei largar meu trabalho por conta da minha agenda com a band, eu precisa estar pronta pra eles, a qualquer momento eles podiam me ligar para fazer alguma presença ou participar de algum programa, e na minha vida pessoal, acredito que não interferiu muito, pois eu namorava na época e não tive tantos problemas, sendo que muitas meninas quando ganham o concurso e namoram,

muitas vezes o namoro fica estremeado pois a menina acaba vencendo e o menino se sente inseguro e muito deles acabam terminando, mas no meu caso foi tranquilo.

5. Você precisa mudar sua imagem para participar de um concurso? Qual é a relevância da sua imagem pessoal em um concurso de miss?

R: Infelizmente sim, a nossa sociedade é muito crítica e as pessoas não perdoam nenhum tipo de erro e tudo você é julgada e querendo ou não, mesmo com todos os paradigmas que foram quebrados, você precisa ser uma pessoa firme de si e delicada, mas existe muito, eu sou uma pessoa muito desbocada, falo muito palavrão, muitas gírias, eu sento errado, eu sou muito moleca e eu precisei mudar muitas coisas para me adequar no padrão que eles queriam, mas eu não julgo, porque miss querendo ou não é quase um emprego, quando você ganha o miss brasil e o miss universo, você é remunerada, sendo um emprego e vejo que todo emprego você precisa saber se portar, exemplo: se você é gerente de um banco, você não pode se vestir de qualquer jeito, falar em gírias, você não pode xingar seus clientes, tem todo um protocolo a ser seguido. Ninguém precisa te explicar como você deve se portar, pois o próprio local tende a demonstrar que você precisa de portar de tal maneira.

6. Como é o cuidado com o corpo para participar de concursos de miss? (Em relação a procedimentos estéticos e outros cuidados)

R: Algumas coisas eu senti que deveria mudar, mas os procedimentos mais drásticos como o nariz, preenchimento labial, foi a coordenação que me disseram que seria necessário operar o nariz quando venci o meu primeiro concurso no miss ABCD, para que pudesse ir ao miss São Paulo, mas eu sempre fui no sentido de que valeria a pena? Eu realmente preciso mudar? Antes eu não o via como um problema, nunca parei para pensar que ele tinha defeito, pois querendo ou não os concursos de Miss nos faz focar em beleza, eu não acho isso bom, acredito que hoje, estão mudando esses paradigmas de beleza em si, tirará o peso das costas de meninas que acreditam que é necessário ser perfeita, ter o olho perfeito, sorriso perfeito, a boca perfeita e isso deixa muitas mulheres frustradas, eu mesma tive esse problema quando venci o concurso, recebi inúmeras mensagens de ódio dizendo que eu era feia e eu nunca tinha passado por isso, pois quando você é mais vista, as pessoas começam a falar mais sobre você acaba tendo um impacto muito negativo na sua

imagem, especialmente na internet onde elas acham que podem falar sobre tudo o que elas pensam e que a pessoa não irá se ferir com os xingamentos e através disso eu comecei a me incomodar com meu nariz através dos comentários vindo de pessoas que mal me conheciam, e por fim conversei com meu namorado, minha mãe e fiz acabei realizando o procedimento de rinoplastia, hoje eu não me arrependo pois vejo que me fez bem, talvez se não fosse pelo concurso eu nunca teria operado o nariz, mas, hoje eu agradeço por ter operado e vejo que há males que vem para bens, na época eu fiquei chocada e depois foi uma das melhores coisas que eu fiz. O silicone, eu já tinha, não precisei colocar, as mudanças mais drásticas foram no meu rosto, que foi o nariz, a boca e a sobrancelha.

7. Em relação a formação acadêmica, quais áreas ou cursos favorecem a carreira de uma miss?

R: Não acho que favoreça, mas alguns cursos ajudam na desenvoltura das candidatas, na hora de se portar, a responder perguntas, se sentindo mais confiante através dessas preparações.

8. Quais foram suas perspectivas quando decidiu participar de concursos de beleza? Elas foram atendidas?

R: Vejo que a diferença do Miss Brasil, foi que eu consegui fazer um grupo de amizades legais com algumas meninas, não tinha essa rivalidade, sabe? Claro que todas queriam ganhar, mas houve uma torcida pela outra. No miss brasil teve meninas que não comiam para fazer as sessões de fotos, muitas estavam quase desmaiando, sendo reflexo de um distúrbio alimentar e de imagem, achando que estavam gordas e muitas das vezes só comiam tomate, alface, algumas até me procuraram no quarto pedindo chá seca barriga para irem ao banheiro e se sentirem mais magras, o concurso mexe muito com a cabeça, inclusive comigo, eu demorei para voltar com a cabeça normal pós concurso, pois é algo que interfere muito em você, querendo ou não, as pessoas estão te julgando pela sua beleza, mesmo que o concurso não seja apenas isso, há comentários maldosos sem dó, te chamando te feia e eu sofri isso desde o meu primeiro concurso, as pessoas me humilharam e me metralhavam o tempo todo e eu acreditei que depois que vencesse o Miss São Paulo, as pessoas parariam de me julgar, mas não, só piorou, falaram que eu comprei e muito mais.

9. Quais as principais realizações e frustrações?

R: Mas vejo que eu amadureci muito, eu aprendi a ligar menos para as opiniões dos outros e os melhores conselhos que eu devo seguir, são de pessoas que me conhecem, convivem comigo diariamente, enquanto o resto nunca tiveram a oportunidade de me conhecer e no primeiro momento me julgaram por beleza.

10. Quais aprendizagens extraiu dessa experiência:

R: Como todo concurso tem competição, não posso ser hipócrita de dizer que todas seriam amigas e que há uma vontade de ganhar, mas me surpreendi no Miss Brasil, pois fiz muitas amizades e que levo até hoje, vejo que carrego muitas experiências novas, mesmo perdendo o concurso de Miss Brasil valeu a pena. Claro que sempre tem disputa eu sempre busquei ficar ao máximo longe de rivalidade, mas sempre tem aquelas meninas que não sabem perder, quando eu ganhei o Miss São Paulo, recebi muitas críticas da segunda colocada, dizendo que comprei o concurso e faltou a noção das candidatas para entender que apenas uma ganharia e não é porque você não venceu que você é feia, talvez o brilho da outra pessoa fez com que ela ganhasse no dia. Sempre terá pessoas que gostam de falar o que não sabem, como em qualquer competição, mas no Miss Brasil eu achei mais tranquilo, acreditei que seria pior que o Miss São Paulo já que recebi diversos ataques, mas, temos o lado bom e ruim, no Miss Brasil eu peguei conjuntivite nos dois olhos, não pude usar maquiagem por uma semana, o meu dente do siso inchou na semana do concurso, fiquei com o rosto gigante, precisei ir também no hospital fazer lavagem pois não conseguia ir ao banheiro e muitas meninas me julgaram dizendo que eu fiz lavagem pois estava querendo ficar magra para o dia do concurso, e não, eu realmente estava passando mal, eu fiquei 5 dias sem ir ao banheiro me deixando muito mal e foi necessário, tirando esses incidentes, foi tudo maravilhoso, pude aprender muito.

Candidata, Paula Palhares:

1. Quais são os padrões exigidos nos concursos de beleza? O que você acha desses padrões?

R: Os padrões de beleza de um tempo pra cá sofreram mudanças, pois antigamente girava em torno daquele “90, 60, 90” que era, 90cm de busto, 60 de cintura e 90 de

quadril, que era o corpo perfeito, meta de uma miss, era trabalhar para ter essas medidas, hoje já vejo os concursos mais desprezados dessas medidas, prezando por um corpo mais harmônico. Vejo que esse padrão acredito que é bem antiquado, beleza hoje em dia não é você ser magra, ser loira, ter um olho azul, é um conjunto de várias outras coisas, sem contar que beleza é um conceito totalmente subjetivo, que talvez pra um seja belo e para o outro não, já passou do tempo de repensar essas questões de padrões, mas ainda é bem presente nos concursos.

2. Você tem observado mudanças nos pré-requisitos para participação nos concursos de beleza? E na escolha das vencedoras? Quais mudanças observa?

R: Percebo sim, as mudanças, eles começaram a entender que beleza não é somente a aparência, vai muito além disso, o conjunto de uma miss hoje, eles entendem que é uma mulher que sabe se portar em diversas situações, é sabe lidar com todo tipo de assunto, tenha um alto nível de conhecimentos gerais, experiência, mulheres mais cultas e desenvoltas, são mulheres que eles tem avaliado atualmente.

3. Como é a rotina de preparação para participar de um concurso de beleza?

R: A preparação para o concurso é uma loucura, é extremamente intensa, nós temos que pensar em tudo, principalmente quando vencemos, é necessário ver o conjunto do concurso anterior, reparar alguns erros, aperfeiçoar o que já era bom, a minha preparação foi corrida, era treinos, aulas de teatro, *coaching*, aula de autoconhecimento, passarela, conhecimentos gerais, aula de etiqueta, aula de tudo e muitas vezes temos que fazer tudo caber num dia.

4. Depois da sua participação, percebeu alguma mudança em relação a sua vida profissional e pessoal?

R: Inúmeras mudanças, as oportunidades são absurdas, se você souber manter as portas abertas então, há um mundo de possibilidades. A minha pessoal também, as pessoas passam a te ver, é um estado de visibilidade muito grande, você conhece muita gente, inclusive conheci o meu noivo neste meio de concursos e tal.

5. Você precisa mudar sua imagem para participar de um concurso? Qual é a relevância da sua imagem pessoal em um concurso de miss?

R: A imagem no concurso é tudo, você tem a parte do confinamento para a galera te conhecer mais a fundo, mas nesse período eles selecionam quinze meninas, o resto acontece no dia da final, você tem muito pouco tempo para falar, é uma correria, o concurso é muito cronometrado, mas, o que importa é a imagem e os poucos minutos que você tem para falar, eu precisei trabalhar muito em cima da minha imagem, pois eu concorri no meu primeiro concurso adulto com 18 anos, eu estava numa fase de transição ainda para mulher e vejo que isso precisou ocorrer mais rápido para participar o concurso.

6. Como é o cuidado com o corpo para participar de concursos de miss? (Em relação a procedimentos estéticos e outros cuidados)

R: A gente faz de tudo, alimentação, procedimentos estéticos, eu fiz vários, principalmente no rosto, mas, no corpo também, quando se comprometemos a participar de um concurso, a gente faz a inscrição e temos um determinado tempo para alcançar esses objetivos, tudo que viabilize ou acelere o processo é interessante.

7. Em relação a formação acadêmica, quais áreas ou cursos favorecem a carreira de uma miss?

R: Acredito que nenhuma favorece, acredito que conhecimento se ele não for aplicado ele não serve para nada, então assim, é uma questão de você ser boa na sua área, se você atua, ou tem assunto para contar, você se torna mais interessante, acredito que é só ter uma formação acadêmica que impressione e você dominara sua intelectualidade.

8. Quais foram suas perspectivas quando decidiu participar de concursos de beleza? Elas foram atendidas?

R: Eu acredito que sim, pois não era uma experiência muito nova para mim, se bem que meu primeiro concurso na versão adulta teve um formato diferente, sendo em forma de reality e eliminações, eu não tive nenhuma frustração na verdade, para mim, era um objetivo e vejo que alcance após a participação no miss brasil.

9. Quais as principais realizações e frustrações?

R: As minhas principais realizações dentro de um concurso, foi ser ouvida, ter a oportunidade de falar sobre coisas importantes, o fato de mostrar para a galera que

você não precisa se mudar completamente, alterar a sua essência para alcançar coisas maiores, você pode permanecer com sua essência e fazer adaptações nos seus hábitos, lembrando sempre de onde você veio e de suas raízes.

10. Quais aprendizagens extraiu dessa experiência?

R: Muitas, vejo que podemos lidar com mais do que imaginamos, em diversas situações que somos muito mais fortes, adaptável, flexível, eu aprendi muitas coisas, principalmente sobre mim, foi uma experiência absurda de autoconhecimento, quando você vai para um confinamento acho que todos os seus sentimentos se externam mais, você tem a oportunidade de se conhecer mais de perto, numa intensidade muito maior, com situações que talvez você imaginasse que não seria possível.

Candidata, Fernanda Leme:

1. Quais os padrões exigidos nos concursos de beleza? O que você acha desses padrões?

R: No meu ano as regras eram, ter acima de 1.68 de altura, idade máxima 27 anos, não ser casada e não ter filhos.

2. Você tem observado mudanças nos pré-requisitos para participação nos concursos de beleza? E na escolha das vencedoras? Quais mudanças observa?

R: Tenho 90% de certeza que não tinham regras quanto a medidas (Busto, cintura, quadril), acredito que regras precisam ser postas. Porém medidas e altura não deveriam ser impostas. Sim, o Brasil é um país miscigenado! Somos a mistura de vários povos, índios, negros, loiros, morenos. Esse padrão Natalia Guimarães precisava mudar. Até 2016 a única Miss Brasil negra eleita, era Deise Nunes. Em 2016, 34 anos depois, Raissa Santana foi eleita Miss Brasil e logo após em 2017 elegemos a Piauiense Monalysa Alcantara. Em 2020 teremos a primeira Miss Trans a participar do MB pelo estado de Goiás. Acredito que o concurso Miss Brasil é isso, mostrar que todas as mulheres são lindas e capazes!

3. Como é a rotina de preparação para participar de um concurso de beleza?

R: Foi muito intensa! No Miss RP trabalhava das 8 às 18h. Tive que trancar a faculdade pra poder dar conta de tudo. Fiz curso de oratória, coach político, academia, tratamentos estéticos, fora a agenda de entrevistas e eventos. Quando venci o miss São Paulo, me mudei pra capital e foi uma loucura! Tive que sair do meu trabalho.

4. Depois da sua participação, percebeu alguma mudança em relação a sua vida profissional e pessoal?

R: Minha vida virou do avesso. Na parte profissional muitas portas se abriram, fiz um network excelente e meu nome ficou consolidado. Na parte pessoal fiz muitas amizades. Inclusive, um dos padrinhos do meu casamento, conheci através do Miss!

5. Você precisa mudar sua imagem para participar de um concurso? Qual é a relevância da sua imagem pessoal em um concurso de miss?

R: Não respondeu.

6. Como é o cuidado com o corpo para participar de concursos de miss? (Em relação a procedimentos estéticos e outros cuidados)

R: Muitas meninas recorrem a cirurgias plásticas no período de preparação. No meu caso, fiz apenas tratamentos estéticos (Drenagem, Corrente Russa...) e academia. Malhava todos os dias e fazia os outros tratamentos de 3 à 4 vezes por semana.

7. Em relação a formação acadêmica, quais áreas ou cursos favorecem a carreira de uma miss?

R: Uma miss precisa saber se expressar bem. Não apenas na fala, mas na expressão fácil, corporal e nos gestos. Acredito que jornalismo seja o melhor curso!

8. Quais foram suas perspectivas quando decidiu participar de concursos de beleza? Elas foram atendidas?

R: Entrei no concurso pensando apenas na vitória. Ao longo do processo percebi a dimensão e força que um concurso carrega. Entrei sem muitas expectativas e acabei me surpreendendo positivamente.

9. Quais as principais realizações e frustrações?

R: Levar o nome da minha cidade e do meu Estado foi a maior realização! Ver minha família, meus amigos e patrocinadores felizes, também foi uma grande alegria. Não digo frustrações, mas tive que adiar diversas vezes o sonho de me formar. Por conta da minha agenda e da sobrecarga de trabalho pós MB. Também não estava pronta para lidar com as pessoas maldosas e os *haters*.

10. Quais aprendizagens extraiu dessa experiência?

R: Aprendi que ninguém cresce sozinho. Estava sozinha no palco, mas por trás, havia um time me apoiando, minha família me incentivando e me dando suporte, os patrocinadores e também os amigos que me acompanharam durante o processo.

Organizador, Roberto Macedo.

1. Quais são as particularidades de organizar um concurso de beleza?

R: Começa com a base, o concurso de beleza tem que ter matéria prima, então essa base é dada através de uma rede, organizadores bons dos municipais, é necessário ser olheiro, pede indicação, é necessário formar uma equipe boa para a captação dessas candidatas, se não forem meninas muito bonitas, ou muito bonitas, perdem muito a função, pois os concursos de misses são criados para ser concurso de beleza e a população cobra muito, todo ano os telespectadores querem que você eleja uma Martha Rocha ⁵ ou uma Martha Vasconcelos⁶, a população cobra isso da produção. Após isso, você precisa cuidar da infraestrutura do evento, escolher e definir bem o local para a realização deste evento, seja um teatro, um clube, um centro de convenções, um lugar de bom acesso, onde haja camarins para as candidatas se arrumarem, é preciso pensar na estruturação do espetáculo, onde ficarão hospedadas, onde farão as refeições, haverá jantar, almoço, há alguma data especial, elas visitarão algum lugar importante, eu sempre fiz um dia de visita a mídia, você tem que ver também o espetáculo em si, como montar este concurso, como dizia o chacrinha, dizia “tudo se copia”, acredito que as pessoas devem ver as melhores

⁵ Maria Martha Hacker Rocha foi uma rainha da beleza que foi eleita a primeira Miss Brasil em 1954. Aos 18 anos, participou do Miss Bahia, vencendo o concurso. Em 26 de junho de 1954, foi eleita Miss Brasil, no Hotel Quitandinha, em Petrópolis, no Rio de Janeiro.

⁶ Martha Maria Cordeiro Vasconcelos é uma rainha da beleza brasileira, Miss Brasil e Miss Universo 1968. Ex-professora e formada em Psicologia, foi a segunda e última brasileira a conquistar a coroa de Miss Universo, em Miami Beach, Estados Unidos, em 13 de julho de 1968, vencendo 64 candidatas de todo o mundo.

experiências no mundo inteiro, hoje isso é fácil, com a internet, *youtube*, *instagram*, você vê as experiências bem sucedidas e trazer para a sua realidade dentro das suas possibilidades financeiras. Em relação ao dinheiro, é preciso ir atrás de bons patrocinadores, pois quanto mais pessoas investirem no seu evento, melhor você poderá oferecer um hotel de melhor categoria, é preciso pensar junto. A escolha do corpo de jurado é extremamente importante, não há nada que destrua um concurso de beleza do que a macula de ter sido falcatrua, sido negociado, dado um “jeitinho”, o concurso precisa ter honestidade, se não ele próprio se destrói, concurso sem credibilidade, ele próprio se destrói, pois você atrairá gente de caráter duvidoso, não atrai candidatas interessantes, e uma série de problemas. Você precisa montar um júri de pessoas honestas, e pessoas que estejam ali sem nenhum interesse exclusivo, seja apenas para escolher a mais bonita. A forma de julgar, todo ano que eu realizei um concurso, eu nunca utilizei nota, pois mais que você tente escolher um júri idôneo, pode ter um ali no meio que possa desfavorecer ou prejudicar a candidata, então ele poderá dar zero a todas as candidatas e nota 10 a candidata dele, se caso isso ocorresse num concurso meu, eu anularia este jurado. Na minha organização do miss Bahia, você escolhe dez candidatas com X, as que tiveram mais X, seguem para a próxima fase, se houver empate, o presidente decidiria, isso já estava no regulamento do concurso. O presidente sempre decide os empates, é sempre bom você fazer um bom regulamento, com ajuda de um bom advogado, para que ninguém seja prejudicado, nem você como organizador e nem as participantes.

2. Quais são as principais dificuldades para a organização de um concurso de evento?

R: As principais dificuldades, é você ter credibilidade e isso você constrói aos poucos, é um processo anual, em evento em evento, mas se você não ter cuidado essa credibilidade pode se acabar em um segundo, é preciso construir com muita honestidade. Outra dificuldade é os patrocínios, o Brasil vive com dificuldade financeira e econômica, agora com essa pandemia, é uma grande dificuldade encontrar bons patrocinadores, enquanto em outros países há muitos patrocínios, as empresas se interessam, e isso ocorre no Brasil devido à má credibilidade de muitos concursos e afirmo novamente, nada se destrói um concurso como a falta de credibilidade dele. E para finalizar, a grande dificuldade é conseguir boas candidatas, meninas bonitas, que tenham boa educação, que falem bem e que tenham

perspectiva de vida, entrando na questão da credibilidade, se elas não se sentem seguras, elas nem se candidatam.

3. Quais são as principais etapas da organização do evento?

R: As principais etapas são, o planejamento de um calendário com bastante antecedência, é preciso dividir em partes, primeiro: contatos com os organizadores municipais, com associações que poderão participar, é preciso fazer esse planejamento e ao mesmo tempo fazer esses contatos em busca de patrocínio e parceiros, as vezes um restaurante te convida para jantar, ele não te dará dinheiro, mas oferece uma alimentação e é uma parceria. É preciso planejar suas redes sociais, *instagram, facebook, youtube*, para ir divulgando o passo a passo para as pessoas terem o interesse para te patrocinar, realizando *lives*, atraindo os olhares e logo após definir uma data para conseguir o espaço do evento, muitas vezes acontece de você ir atrás de um teatro, mas as datas já está ocupada. Logo após, é preciso planejar a sua equipe, quem serão os coreógrafos, o show, quem será contratado entre outros.

4. Qual é o tempo para organizar um concurso de miss (pré, durante e pós evento)?

Isso varia muito do tamanho do concurso, se é um Miss Universo, diria que é o ano inteiro, você não para. O miss Brasil também não fica atrás, pois você já faz um concurso e conseqüentemente você já pensa no ano seguinte, na prospecção de patrocínio, o estadual é mais simples, dependendo do tamanho do estado, no meu caso, que é aqui na Bahia, eu dedico 4 meses para organizar, quanto mais tempo, melhor. Já um concurso municipal, é possível realizar com dois meses, isso também com o passar dos anos, você adquire credibilidade, as pessoas confiando em você, um ano já serve para o próximo, se o patrocinador gostar do trabalho quase certeza que ele ajudará no ano seguinte.

5. Quais são os principais públicos de um concurso de beleza?

R: O principal público são os familiares, eu diria que é o número um, o concurso de beleza atrai todos os públicos, vai muito do engajamento das candidatas, das amigas que ela tem, eu digo isso no concurso municipal, sendo ele a base dos próximos, no estadual você precisa colocar outros atrativos, além daquela menina da cidade que poderá levar pessoas para assisti-la, muitos prefeitos organizam

excursões com cinco, dez, ônibus e a galera vai para torcer, inclusive eu aconselho você dar um prêmio para a melhor torcida, pois assim, você incentiva. Já no Miss Brasil, o público é intenso, você atrai pessoas do Brasil todo e no universo, você atrai olhares do mundo todo, uma coisa que deve ser pensada é nas atrações, bons cantores atrai mais pessoas, apresentadores também são válidos, sendo assim, é um conjunto que irá fazer o evento ser bem sucedido. Acredito que o público é um geral, desde as crianças até os velhinhos, todos amam concursos de miss.

6. De que forma o concurso é viabilizado financeiramente?

R: Você precisa ter parceiros e patrocínios, ou até mesmo você precisaria ser bem rico para ser o próprio patrocinador, mas é isso, você precisa buscar bons apoiadores, como restaurantes, hotéis para hospedar as candidatas, as vezes o teatro não oferece o espaço de graça, mas ele te dá um bom desconto no valor do aluguel, no traje de banho ou vestidos você consegue parceira para vestir as candidatas, se bem que eu prefiro que cada miss leve o seu próprio vestido, mas tudo isso são parcerias que podem ser construídas e além disso, você precisará de patrocínio, é preciso ter dinheiro para pagar, até uma transmissão em canal aberto, é preciso uma viabilização do pagamento. O bom que é mundo do miss, está ligado a tudo, você pode ter produtos voltados a beleza, prêmios de carros, agência de viagens, empresas de navios, uma companhia aérea pode oferecer as passagens como prêmio, indústria de joias e perfumarias, tudo cabe num concurso de beleza, vai da sua credibilidade e da sua negociação e do interesse do dono da marca atrelar junto ao concurso.

7. Como é realizado a seleção e composição do júri técnico?

R: Eu não concordo quando se tem o júri técnico, não gosto, você acaba elegendo uma miss para um determinado nicho e uma miss precisa ser pra toda a população, a Miss Brasil não pode ser apenas para as blogueiras, pro pessoal da moda, maquiagem, somente para os cabeleireiros ou fotógrafos, ela tem que ser pra todos, por isso eu acredito que o júri precisa ser o mais eclético possível, você tem que inserir pessoas da moda, maquiadores, fotógrafos, cineastas, mas tem que colocar pessoas do povo também, no quesito daqueles que não são muito ligados neste meio de beleza, sendo assim, há outras opções, podendo convidar artistas, blogueiros, inserir no corpo uma pessoa intelectual, um artista plástico, uma pessoa com importância na

comunidade, acredito que o segredo é este, é misturar e o resultado sai agradando a todos.

8. Quais as estratégias e canais de comunicação que são utilizados?

R: Hoje nós estamos num mundo plural, temos de tudo, acredito que o concurso de beleza precisa utilizar tudo, desde as mídias tradicionais, como as rádios, televisões até mesmo as mais modernas, como o *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *youtube*, você precisa se inserir em todos os canais, acredito que é válido a miss criar grupos no *whatsapp* com pessoas que admirem ela, assim, você consegue gerar e criar conteúdo, elas irão multiplicando. O mundo está evoluindo e nós precisamos acompanhar as mudanças, por que quem não evolui, infelizmente fica para trás.

Organizador, Kabeto:

1. Pergunta 1º Quais são as particularidades de organizar um concurso de beleza?

R: Ele é concurso e está inserido no fator estético, você lida com ego, essa particularidade, precisa ser observada, na organização, é preciso ter essa sensibilidade, dos familiares, dos amigos das candidatas, a candidata está sendo avaliada, mas, essa avaliação recai sobre todos aqueles que estão envolvidos. Essa é uma particularidade de como se organiza um concurso, entendendo isso, há uma outra, a questão isonômica, você precisa tratar e providenciar tudo igual, de toda forma, igual a todas, se você disponibiliza um apartamento, você precisa disponibilizar a todas, uma produção de cabelo e maquiagem, mesmo elas sendo livres, podendo escolher onde se locomover e se instalar. Entender que o concurso de beleza mexe com o ego das pessoas e a segunda questão é a isonomia, o que proporciona a uma, precisa ser proporcionada a outra na mesma medida.

2. Quais são as principais dificuldades para a organização de um concurso de evento?

R: A maior dificuldade, é que todo evento envolve uma questão de estrutura, logística, local, fornecedores e todo organizador tem dificuldade, a maior dificuldade que eu vejo, é em relação ao resultado em si do concurso, “reação” das candidatas, em

aceitar o resultado da vencedora. É necessário regulamentar, o regulamento precisa ser muito bem descrito, o processo de avaliação notas, tem que manter a integridade dos jurados, manter o sigilo em relação a escolha deles, mas, também tem que apresentar de forma transparente a nota e avaliação para as candidatas, para dar transparência.

Segunda dificuldade, escolha desses jurados, precisa escolher pessoas que entendam sobre o que será avaliado no concurso, nós vemos lá, patrocinadores do concurso que estão interligados ao comércio, marketing, que não entendem muito da forma de avaliar, eu particularmente não escolho esse tipo de jurado, prefiro levar, modelos, misses, que já tenham participado de concursos nacionais ou internacionais, produtores de moda, fotógrafos, *scotter* de agências de modelo, pessoas relacionadas a este mundo da beleza.

3. Quais são as principais etapas da organização do evento?

R: A primeira etapa, sem candidata não tem concurso, é necessária uma captação das candidatas: é preciso de um planejamento estratégico de mídia e marketing. Uma divulgação do concurso para fazer essa captação de candidatas, para chegar até a informação candidatas, de que aquele concurso está com as inscrições abertas, para isso é necessário uma comunicação precisa ser perfeita, para que a candidata entenda o perfil daquele concurso, é entender que o concurso de miss é um evento e também um entretenimento, então, ele precisa seguir conforme seus detalhes que é escolher uma candidata para representar o seu município, estado ou país, esse é o objetivo final do concurso, porém, todo concurso de miss não pode se ater apenas na cereja do bolo e sim no bolo inteiro e tem que se planejar, desde a estratégia de divulgação, até as candidatas, até a apresentação do regulamento, toda estrutura do evento, se é em teatro, hotel, resort, entender os fornecedores de luz, som, se o local suportará as exigências, as choperonas, que entram no serviço de apoio as candidatas, assistente de produção, de camarim, coreógrafos, trilha sonora da coreografia, os apresentadores do concurso e por final, se será feito presencial ou online pois diante da pandemia em que estamos vivendo, muitos concursos estão feitos via transmissão via internet, pois a maioria dos concursos estão sem públicos, se o evento será aberto ao público, ou apenas a convidados especiais, aberto a mídia ou familiares das candidatas.

4. Qual é o tempo para organizar um concurso de miss (pré, durante e pós evento)?

R: Cada concurso tem sua categoria, sendo aqueles que são apenas *teen*, adultos, pré *teen*, senhoras até 70 anos, é necessário entender a categoria e trabalhar juntamente com um marketing que converse com seu público alvo para a captação de perfil de candidatas. Público que assistirá o concurso: depende muito de cada segmento e franquia de concurso, existem alguns que liberam a entrada de todos, outros apenas a família com um número reduzido.

5. Quais são os principais públicos de um concurso de beleza?

R: Cada concurso tem a sua categoria, tem concursos que são apenas *teen*, apenas infantis, apenas masculinos e alguns que são adultos e tendo também concursos que são diversas categorias, crianças passando para o pré adolescente, *teen*, adulto, adulto masculino, MRS categoria para maiores de 27 anos e até sênior, para senhoras com mais de 50 anos, tem esses concursos, por mais que não sejam divulgados, mas é necessário entender a franquia, as categorias que aquela franquia trabalha e fazer um marketing e divulgação visando a captação das candidatas dentro das categorias e perfil, seja ele de altura, de corpo, tem que se observar isso, alguns concursos são mais inclusivos, tendo mais flexibilidade a essas questões estéticas, a quem se destina, dependerá do perfil do concurso e das categorias.

Em relação ao público que assistirá o concurso, aí varia de cada concurso, organizar e franquia, muitos são fechados para os familiares das candidatas, outros eles são aberto ao público e qualquer pessoa pode vir a assistir e outros, tem apenas convidados VIPs. Se o concurso é transmitido por rede social ou canal aberto, o público é extremamente heterogêneo, que é o caso do Miss Brasil *bee emotion*, que era transmitido pela *band*.

6. De que forma o concurso é viabilizado financeiramente?

R: No Brasil, o único concurso que tem um patrocinador que banca o concurso com os custos maiores, é o Miss Brasil Universo, o antigo *bee emotion*, uma marca da *polishop* que bancava as candidatas durante 3 a 4 anos e não renovaram com a *band* que é a transmissora oficial do concurso, hoje, o concurso tem outro patrocinador,

mas, mesmo com um patrocinador máster, uma empresa atrás, também era cobrado uma taxa a cada candidata, que na época era um valor de R\$5 mil reais. Outros concursos que são realizados no Brasil, dependem da taxa de inscrição das candidatas. Alguns tem apoiadores, que são marcas que dão presentes as candidatas, tais como sapatos, biquínis, maiô, algum look, acessórios, mas o investimento vem por parte das candidatas.

7. Como é realizado a seleção e composição do júri técnico?

R: O júri técnico com certeza tem que ser um júri especializado em questões corporais, ele irá avaliar o corpo, estética, plástica, harmonia, tende ser profissionais da área da beleza, também como profissionais de agencias de belezas, modelos, produtores de desfiles, de concursos, *personal trainer*, educadores físicos, nutricionistas, pessoas que trabalham com questões estéticas como beleza fácil, cabeleireiro, sendo pessoas que estejam inseridas no dia a dia com a beleza corporal, estético e beleza. Eventualmente, poderá ter alguma miss que já tenha um título nacional ou internacional.

8. Quais as estratégias e canais de comunicação que são utilizados?

R: Com exceção do Miss Brasil Universo, que era transmitido pela band, em canal aberto, todos os concursos utilizam as estratégias de forma digitais, com os canais do *youtube*, *instagram*, *facebook*, disponíveis atualmente.

Organizador, Éder Inácio:

1. Quais são as particularidades de organizar um concurso de beleza?

R: Logística que envolve. Demanda de planejamento e equipe. Os detalhes merecem atenção especial pois são justamente os detalhes que farão toda diferença na concepção ao show final.

2. Quais são as particularidades de organizar um concurso de beleza? E quais são as principais dificuldades para a organização de um concurso de evento?

R: Sem sombra de dúvidas patrocínio. O sucesso de um concurso de Miss se dá quando existe um suporte financeiro. É necessário planejamento na captação de recursos e extremamente importante entregar ao patrocinador exatamente o que se prometeu no plano de marketing. É importante buscar patrocínios que tenham haver com o evento. As empresas fecham seus planos orçamentários geralmente entre outubro e novembro por isso é importante estabelecer contato com possíveis patrocinadores antes desse período.

3. Quais são as principais etapas da organização do evento?

- R: 1- brainstorming
 2- Planejamento
 3- Objetivo do evento
 4- Local, data e hora
 5- Orçamento
 6- Equipe
 7- Divulgação
 8- Credenciamento
 9- Público
 10- Pós evento

4. Qual é o tempo para organizar um concurso de miss (pré, durante e pós evento)?

R: Depende da proporção do concurso o Miss Ribeirão Reality da concepção a noite final durou 6 meses. Mas, geralmente pré 1 mês, durante até uns 3 meses e pós dura 1 mês também.

5. Quais são os principais públicos de um concurso de beleza?

R: Familiares e amantes do universo Miss.

6. De que forma o concurso é viabilizado financeiramente?

R: Através de captação de patrocínio incluso no planejamento do evento, já devidamente elencados os potenciais patrocinadores. Esses podem ser de diversas áreas mas de preferência com relação ao universo da beleza.

7. Como é realizado a seleção e composição do júri técnico?

R: Sempre pensando na imparcialidade. O ideal é buscar um júri homogêneo de áreas ligadas ao universo Miss. Profissional de estética ou visagismo, professor de oratória com linguagem verbal e não verbal. Profissional de línguas estrangeiras. Preparadores físicos, *coaching*, entre outros.

8. Quais as estratégias e canais de comunicação que são utilizados?

R: A estratégia é impactar as pessoas voltando a atenção delas para o nosso evento. Despertar o interesse, a curiosidade de acompanhar e assistir. Os canais são os mais diversos, desde mídia digital, impressa, rádios até TV.