



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES - CH
UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA E GEOGRAFIA - UAHG
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA - PPGH**

STEPHANIE DIANNY PEREIRA DE ARAÚJO

**DO ALMOFADINHA AO SPORTMEN: ESTÉTICAS MASCULINAS E SUAS
REPRESENTAÇÕES NA REVISTA O *CRUZEIRO* (1928-1931)**

**CAMPINA GRANDE – PB
2019**

DO ALMOFADINHA AO SPORTMEN: ESTÉTICAS MASCULINAS E SUAS
REPRESENTAÇÕES NA REVISTA O *CRUZEIRO* (1928-1931)

STEPHANIE DIANNY PEREIRA DE ARAÚJO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, do Centro de Humanidades da Universidade Federal de Campina Grande – PB, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em História.

Linha de Pesquisa: História Cultural das Práticas Educativas

Orientador: Matheus da Cruz e Zica

CAMPINA GRANDE – PB

2019

- A663d Araújo, Stephanie Dianny Pereira de.
Do almofadinha ao sportmen: estéticas masculinas e suas representações na revista *O Cruzeiro* (1928-1931) / Stephanie Dianny Pereira de Araújo. – Campina Grande, 2019.
153 f. : il. color.
- Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2019.
"Orientação: Prof. Dr. Matheus da Cruz e Zica".
Referências.
1. História Cultural. 2. Práticas Educativas. 3. Corpo – Masculinidade. 4. Estética Masculina. 5. Modernidade. 6. Revista *O Cruzeiro*. I. Zica, Matheus da Cruz e. II. Título.

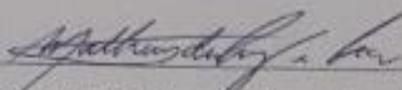
CDU 930.85(043)

STEPHANIE DIANNY PEREIRA DE ARAÚJO

DO ALMOFADINHA AO MILITAR: ESTÉTICAS MASCULINAS E SUAS
REPRESENTAÇÕES NA REVISTA *O CRUZEIRO* (1928-1931)

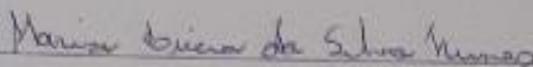
Aprovado em 29/03/19

BANCA EXAMINADORA



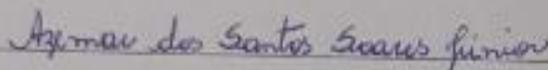
Prof. Dr. Matheus da Cruz e Zica (UFPB/UFCG)

Orientador



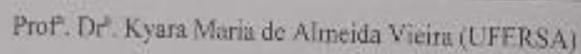
Prof. Dr. Maria Lúcia da Silva Nunes (UFPB)

Examinadora Externa



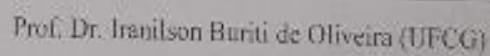
Prof. Dr. Azemar dos Santos Soares Júnior (UFRN/UFCG)

Examinador Interno



Prof. Dr. Kyara Maria de Almeida Vieira (UFERSA)

Examinadora Externa (Suplente)



Prof. Dr. Iranilson Buriti de Oliveira (UFCG)

Examinador Interno (Suplente)

AGRADECIMENTOS

[...] a fé é um modo de já possuir o que ainda se espera, a convicção acerca de realidades que não se veem. Foi a fé que valeu aos antepassados um bom testemunho. Foi pela fé que compreendemos que o universo foi organizado pela palavra de Deus. Assim, as coisas visíveis provêm daquilo que não se vê.” (Hb 11, 1-4)

Em inúmeros momentos da minha trajetória acadêmica achei que viria a desistir do meu sonho de me tornar mestre. Pareciam que as forças já não eram suficientes diante dos obstáculos impostos durante o mestrado. Foram três seleções até o sucesso! Foi a notícia que não haveria a possibilidade de bolsa para o primeiro ano do mestrado; foi a tentativa de abarcar o mundo com minhas pequenas mãos, sem saber o que viria pela frente. Porém, encontrei forças onde alguns acham improvável de sentir, pois é algo que não se vê nem se pode tocar: minha fé em Deus! Sabendo que para tudo há um propósito debaixo do céu, aos quais não sabemos nem podemos explicar pelas linhas lógicas, é algo que só Ele pode nos revelar.

Porém, Deus não revela tais questões por sinais óbvios, Ele age por meio de anjos. Anjos esses que, em forma de pessoas, são colocados em nossas vidas por seu intermédio. E são a esses anjos que direciono os meus mais sinceros agradecimentos. Sem vocês eu jamais conseguiria.

Sendo assim, agradeço, primeiramente, a Deus pelo dom da vida e por estar permitindo completar mais essa etapa importante de minha vida, com força, fé e sabedoria em sua infinita misericórdia. Assim como a Nossa Senhora, Mãezinha do Céu, que com todo seu amor e sua delicadeza vem me recobrando com seu manto protetor, coordenando minhas forças para concluir meus projetos e sonhos.

Aos meus amados pais e eternos companheiros, Dalva e José Diniz, que me proporcionaram grande suporte emocional me incentivando para tornar meu projeto realidade, mas principalmente por dedicarem à mim o amor incondicional; repletos de muita paciência e palavras de apoio. Como também, às vezes que enxugaram as minhas lágrimas, e me deram colo nos momentos que precisei. Por quando, ao saber que, no

primeiro ano de mestrado não teria bolsa, me deram todo o apoio, financeiro e emocional, para lidar com os desafios que iria enfrentar e não desistir do meu sonho de me tornar mestre.

Muito além do mestrado, e minha carreira acadêmica, agradeço por terem me criado. Uma menina que, aos três meses de vida, foi deixada na porta de vocês completamente debilitada, em que o amor e o carinho que me dedicaram reestruturaram meu corpo e minha mente

Aos meus irmãos, Denis, Décio, Fábio e Flávio, pelo incentivo, carinho e amor durante todos esses anos de minha vida me ajudando a ser uma pessoa melhor. Sempre me alertando contra os perigos do mundo, e me dando, do jeito de vocês, o carinho que toda irmã necessita.

Agradeço as minhas sobrinhas Maria Luiza de Araújo, Sophia de Araujo e Giovana de Araujo e ao meu sobrinho Gustavo de Araújo pelo amorzinho que vocês dão a tia Teté, fazendo com a titia ria descontroladamente com as traquinagens de vocês, assim como os abraços e beijinhos deliciosos.

Agradeço ao meu tio Francisco Assis de Araujo, e minha tia Lucimar Araujo, que me deram total apoio e carinho, quando estive em São Paulo; em que nos momentos de sufoco, me deram toda a assistência e cuidados. Algo que jamais irei esquecer. Aos meus primos Alexsandro Araujo, Guilherme Araujo e Monica que foram meus amigos em momentos de solidão em São Paulo.

Aos meus lindos e amados amigos Artur Neiva, Jáder Leal e Amanda Neiva pelo carinho e paciência durante todos esses longos anos de amizade, amor e afeto. Sendo, vocês, o motivo de muitas risadas e alegrias. Obrigada por ouvirem meus lamentos, entenderem as minhas lágrimas e me abraçarem quando achei que não haveria mais saída para mim.

Agradeço aos novos amigos que fiz ao longo desses dois anos; amigos que nasceram de lugares improváveis, como foi a academia: Daiane, Thiago Peixoto, Keyte Gabrielle, Miriam Klein, Igor Araújo.

As minhas amadas e lindas amigas historiadoras Thalita Mariana, Hadassa Araújo, que além da amizade incondicional, me apoiando nos momentos mais difíceis, proporcionaram trocas de conhecimentos históricos que jamais irei esquecer. Irmãs que a vida e a História me presentearam. Melhores heranças que o meio universitário me proporcionou. Minhas “migas” “divas”!

Agradeço aos meus amigos que fiz ao longo do curso de mestrado na Linha III, que, nas semanas de dificuldades compartilhadas, fazíamos – nos companhia dando força uns aos outros: Arthur Rodrigues, Katiana Alencar, Laís Vasconcelos, Thiago Rafael, Valdênia Félix, Rosana, Aparecida, Eulina Souto.

Agradeço ao orientador Matheus da Cruz e Zica, pelo acompanhamento ao longo desses dois anos, sempre me motivando e vendo além, esperando o melhor do meu trabalho. Assim como abrindo novos horizontes nas perspectivas relacionadas com a pesquisa. Em que seu otimismo, e puxões de orelha, me levaram a pensar além daquilo que se estava habituada.

Ao meu querido professor, Iranilson Buriti, que acreditou em mim, em vários momentos, dando-me chances de provar meu potencial enquanto aluna e ser humano, uma pessoa que é iluminada por Deus; de uma beleza interior vista em poucos seres humanos. Além de ter me dado a chance de conhecer a Revista *O Cruzeiro*, minha fonte de pesquisa ao longo desses quatro anos.

Meus agradecimentos vão também para a professora Eronides Câmara de Araújo, que me ajudou tanto com indicações de leitura como com seu auxílio na confecção do projeto que submeti a seleção, quando fui aluna especial da turma da linha III do mestrado, no ano de 2016.

Agradeço ao professor Azemar Soares, pelo carinho em vários momentos minha trajetória. Por me defender em momentos que fiquei tão pequena e triste no meio de vários leões. Pelos sorrisos que tirávamos um com o outro. Pelas vezes que ele acreditou em mim, quando achei que não haveria mais saídas. Pela amizade, que irá muito além das paredes acadêmicas, e amor que compomos ao longo desses dois anos, em que fomos o ombro amigo um do outro

Agradeço a professora Maria Lúcia Nunes, sempre muito solícita, em que, nas suas considerações sobre meu trabalho me fizeram ir além na escrita, possibilitando um maior aprimoramento da presente dissertação.

Agradeço, também, a CAPES pelo financiamento com a bolsa de estudos, possibilitando o desenvolvimento da pesquisa, apesar de tê-la conseguido só no final do ano de entrada no curso. Mas, percebo, o quanto foi importante o seu incentivo financeiro, não só para mim, mas para tantos pesquisadores que se debruçam em estudar e disponibilizar a sociedade conhecimentos antes não vistos.

Enfim, a todos aqueles que nunca desistiram de mim, que sempre viram em mim um potencial a cima do que pude imaginar, meus eternos agradecimentos.

Meus sinceros agradecimentos!

RESUMO:

Tendo por objetivo analisar as representações da estética masculina na revista *O Cruzeiro*, dos anos de 1928 a 1931, a presente pesquisa tem suas abordagens ancoradas no campo da História Cultural – ou Nova História Cultural, levando em consideração a abertura permitida pela mesma, em decorrência dos novos avanços temáticos na historiografia. É composta por três capítulos que discutirão o caráter da revista, o modelo de vestimenta, bem como o modelo de corpo e rosto dos homens do período. A dissertação apresentada irá tratar de problematizações concernentes as representações na revista *O Cruzeiro*, apontando a formação de um ideal de estética masculina que passou a ser inserido no imaginário dos homens. Além da questão da estética também serão apresentados os estereótipos masculinos que pareciam ser enaltecidos – os almofadinhas e o *sportsmen* – e os rechaçados – os considerados feios e que possuíam caráter de comicidade, como exemplo do Jeca, tomando como a base de negritude e miscigenação, em contra ponto as teorias racialistas que ganhavam novo vigor no contexto estudado. Entendo que as questões políticas e sociais influenciaram na composição de um ideal de estética masculina, será analisado também as ideias de modernidade, higienização, eugenia e sanitização da sociedade brasileira, e sua aplicação nas relações entre masculinidade, virilidade e estética. Por fim ressaltamos que autores como Roger Chartier – para a discussão sobre Representação Cultural – e Michel Foucault – para adentrar nas ideias de Corpo, Discurso e Sexualidade - constituem o corpus teórico e metodológico principal dessa pesquisa.

PALAVRAS CHAVE: Corpo; Estética Masculina, Masculinidade; Modernidade; Revista *O Cruzeiro*.

ABSTRACT

Aiming to analyse masculine aesthetic representations in the magazine *O Cruzeiro*, from the year 1928 to 1931, the current research has its basis on the field of Cultural History – or New Cultural History, taking into consideration the possibilities allowed by it, due to the new thematic advances on historiography. The study is composed by three chapters that will discuss the disposition of the magazine, the clothing's model, as well as the model for the men's body and face of the time. The dissertation will deal with issues concerning representation in the magazine *O Cruzeiro*; pointing out the formation of an ideal of masculine aesthetics which was inserted in the imagination of men from that period. Besides the aesthetic issue, masculine stereotypes will also be presented that seemed to stand out – the preps, the military men and the jocks – and the outcasts – the ones considered ugly and seen as comedic, such as the hicks, also the idea of the black and miscegenation, as the racial theories were gaining new heights during the period that was studied. It is understood that the political and social issues influenced the composition of the ideal masculine aesthetics, and thus, the ideas of modernization, hygiene, eugenics and sanitation of the Brazilian society will also be discussed, its application on the connections among masculinity, virility and aesthetics as well. Finally, we highlight authors such as Roger Chartier – to discuss Cultural Representation – and Michael Foucault – to look into the ideas of Body, Discourse and Sexuality – who constitute the theoretical and methodological core of this research.

KEY WORDS: Body; Male Aesthetics, Masculinity; Modernity; Revista *O Cruzeiro*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Visita de Pedroso Rodrigues Cosul Geral de Portugal – Revista <i>O Cruzeiro</i> de novembro de 1931	34
Figura 2: Capa do primeiro exemplar da <i>Revista Cruzeiro</i> : 10 de novembro de 1928 ...	37
Figura 3: Título da Coluna “Pelos Cinco Partes pelo Mundo – Revista <i>O Cruzeiro</i> - 5 de janeiro de 1929	38
Figura 4: Funeral de João Pessoa – Revista <i>O Cruzeiro</i> 09 de agosto de 1930	40
Figura 5: Progresso. Revista <i>Cruzeiro</i> 10 de novembro de 1928	47
Figura 6: Capa da Revista <i>O Cruzeiro</i> – 29 de novembro de 1928	52
Figura 7: Cafiaspirina – Revista <i>O Cruzeiro</i> - 01 de julho de 1929	54
Figura 8: Sabão Aristolino - Revista <i>Cruzeiro</i> : 8 de dezembro 1928	55
Figura 9: SIGNIFICATIVO – Dr. Belisário Pena: Revista <i>O Cruzeiro</i> – 4 de abril de 1931	60
Figura 10: Caricaturas do Estrangeiro: Revista <i>O Cruzeiro</i> – 5 de abril de 1930	65
Figura 11: Edição de Luxo. <i>Revista Cruzeiro</i> - 19 de janeiro de 1929	68
Figura 12: Caricaturas do Estrangeiro - 02 de agosto de 1930	70
Figura 13: Nash ‘400’. <i>Revista Cruzeiro</i> - 01 de novembro 1928	73
Figura 14: Oleo Lubrificante Swastika – Revista <i>O Cruzeiro</i> 27 de dezembro de 1930	74
Figura 15: Enxoval do Homem: Moveis para Escritório: Casa Palermo – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 26 de julho de 1930	78
Figura 16: Camisaria Progresso – <i>Revista Cruzeiro</i> ; 17 de novembro 1928	81
Figura 17: “O Camizeiro” – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 5 de julho de 1930	82

Figura 18: Marcas “Solar”. Revista <i>Cruzeiro</i> : 4 de maio de 1929	84
Figura 19: “PALM BEACH”. Revista <i>Cruzeiro</i> – 19 de janeiro 1929	85
Figura 20: Casa Garcia – Revista <i>Cruzeiro</i> ; 10 de novembro 1928	86
Figura 21: Calçados “Fox” – Revista <i>Cruzeiro</i> ; 01 de dezembro de 1928	88
Figura 22: Ligas Paris – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 3 de dezembro de 1931	89
Figura 23: “Cinelândia” - Revista <i>Cruzeiro</i> - 22 de dezembro de 1928	93
Figura 24: A maior personalidade do cinema moderno- Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 23 de maio de 1931	94
Figura 25: Lawrence Tibbety; Revista <i>O Cruzeiro</i> 29 de novembro de 1930	96
Figura 26: Revista <i>O Cruzeiro</i> – “Corrida rustica de 11.200 metros, promovido pelo Olaria F.C” - 01 de junho de 1929	102
Figura 27: Revista <i>O Cruzeiro</i> – 26 de dezembro 1931	103
Figura 28: “Banhos de Mar” – <i>O Cruzeiro</i> ; 15 de dezembro 1928	105
Figura 29: Instituto de Urologia – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 30 de maio de 1931.....	106
Figura 30: Revista <i>O Cruzeiro</i> – Capa da Edição da Semana do dia 27 de dezembro 1930	108
Figura 31: O Comandante das Forças Revolucionárias do Norte: General Juarez Tavora – Revista <i>O Cruzeiro</i> – 08 de novembro de 1930	111
Figura 32: Concursos Aquáticos – Revista <i>O Cruzeiro</i> : 19 de janeiro de 1929	113
Figura 33: Vasco da Gama x América – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 08 de junho de 1929	116
Figura 34: “O Jeca – Genesio Arruda” Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 14 de fevereiro de 1931.....	117
Figura 35: Campeonato Brasileiro de Football: Fluminense x Mato Grosso do Sul – Revista <i>Cruzeiro</i> – 17 de novembro de 1928	122
Figura 36: André Miguéz vence Joe Assobrad – 15 de junho 1929 - Revista <i>Cruzeiro</i>	124

Figura 37: Magnesia S. Pellegrino – Revista <i>Cruzeiro</i> ; 16 de fevereiro 1929	127
Figura 38: Pastilhas Minorativas – Revista <i>O Cruzeiro</i> : 02 de Agosto de 1930.....	128
Figura 39: Nutrion – Revista <i>O Cruzeiro</i> 28 de novembro de 1931	130
Figura 40: Capa da Revista <i>O Cruzeiro</i> ; Edição do dia 12 de julho de 1930 – 12 de julho de 1930	132
Figura 41: CREME HINDS – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 12 de abril de 1930	136
Figura 42: Lâminas Gillette – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 28 de novembro de 1931	138
Figura 43: Stacomb – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 17 de maio de 1930	139
Figura 44: Loção Brilhante – Revista <i>O Cruzeiro</i> ; 12 de dezembro de 1931	141

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO I: REVISTA <i>O CRUZEIRO</i>: UM PROJETO COSMOPOLITA E MODERNIZADOR.....	32
1.1 “PODE A ANTIGA CORTEZIA ADAPTAR-SE SEM RIDÍCULO AOS COSTUMES DA VIDA MODERNA” – ESTRUTURAÇÃO DA REVISTA <i>O CRUZEIRO</i> E SEU INTETO MODERNIZADOR	32
1.2 POLÍTICA, EUGENIA E MODERNIZAÇÃO: CORPOS E SENSIBILIDADES SENDO RESSIGNIFICADAS PELAS REPRESENTAÇÕES DA REVISTA <i>O CRUZEIRO</i>	44
CAPÍTULO II: UM HOMEM MODERNO TEM QUE SER ELEGANTE E FINO: A ESTÉTICA DA MODA MASCULINA NO SABER VESTIR-SE	62
2.1 CONCEPÇÕES ACERCA DO QUE VIRIA A SER UM HOMEM BELO, BEM VESTIDO E MODERNO	62
2.2 MODA E DISCURSO PUBLICITÁRIO: DISCURSOS E NARRATIVAS COMO INFLUENCIADORAS DE MODERNIDADE E MASCULINIDADE	77
2.3 O CINEMA COMO UMA PEDAGOGIA DO MASCULINO EM PARCERIA COM A MODA	91
CAPÍTULO III: O IDEAL DE ESTÉTICA CORPORAL MASCULINA: DOS SPORTMEN, ALMOFADINHAS E MILITARES	100
3.1 CORPOS ATLÉTICOS, FORTES, MODERNOS E ... MASCULINOS! ESTÉTICA CORPORAL MASCULINA SOB A ÓTICA DOS NOVOS MODELOS CORPORAIS	100
3.2 A BUSCA PELO CORPO BELO ATRAVÉS DOS ESPORTES: <i>FOOTBALL</i> E O BOXE	120
3.3 NÃO BASTA SER ATLÉTICO TEM QUE SER SAUDÁVEL E BEM CUIDADO: A ESTÉTICA CORPORAL MASCULINA PELOS OLHARES DA HIGIENE	126
3.4 “ANTES DE SE ENSABOAR USO O – CREME HINDS” – AS REPRESENTAÇÕES FACAIS MASCULINAS PARA A MODERNIDADE, NA <i>REVISTA O CRUZEIRO</i>	133
CONSIDERAÇÕES FINAIS	144
REFERÊNCIAS	149
BIBLIOGRAFIA	149

INTRODUÇÃO

Desde da minha infância, em meados dos anos de dois mil e um, quando tinha oito anos de idade, a beleza passou a fazer parte do meu cotidiano. Não só pelo fato de ser um sujeito do sexo feminino, e isso demandar de mim um cuidado maior com beleza - questão essa exigida pelos padrões da sociedade -, mas por sentir uma satisfação ao me embelezar; e embelezar primas e amigas que nas mais ingênuas brincadeiras de criança, também se deixavam envolver por essa atmosfera de maquiagens, roupas, acessórios e cosméticos. Porém, também fui inserida em um mundo que diziam ser exclusivamente masculino. Lugar esse onde o feminino não poderia adentrar, pois sua sexualidade poderia ser colocada em risco; não podendo “arranjar nenhum namoradinho”. Um mundo que, apesar de inóspito, poderia ser intensamente revelador para uma menina.

Sempre fui cercada pelo cotidiano masculino. Isso porque, numa família composta por sete pessoas, eu, minha mãe, meu pai e meus quatro irmãos, todos do sexo masculino, minhas brincadeiras eram cercadas pelo universo da masculinidade, onde, ao passo que era inserida nesse meio “de menino” tinha-se um receio recorrente de me “tornar masculina” demais por influência de meus irmãos. Sendo assim, minha vida era atrelada ao universo feminino da beleza, das brincadeiras com as primas e amigas, de pintar unhas, escovar cabelos, maquiar umas às outras; como também as brincadeiras de futebol, “lutinha”, do conhecimento sobre os super-heróis, e brincadeiras com carrinhos de brinquedo. Ou seja, em um mundo que, para muitos, era restrito aos homens, e, eu, com toda a minha petulância de menina atrevida não tive medo de adentrar, apenas de muitos questionarem minha feminilidade e sexualidade.

Neste meio predominantemente masculino no qual vivi – e ainda vivo – pude capturar inúmeros momentos em que meu pai e irmãos passavam a se preocupar com sua estética; desde de uma simples ida ao trabalho até uma saída com os amigos do colégio ou universidade. Minha sensibilidade foi aguçada pelos aromas dos perfumes masculinos, dos desodorantes que prometiam sanar o suor típico do homem, dos cortes de cabelo sempre alinhados, ou dos cabelos grandes com o objetivo de acompanhar a moda do

momento; das espumas de barbear, das loções pós barba. Das camisas de botões, até a ajudar a minha mãe a escolher roupas para meus irmãos e meu pai, achando que iria ao centro da cidade de Campina Grande para comprar algo para mim, porém não possuía meu êxito.

Com minha inserção no curso de História, já no quinto período da graduação, tive a oportunidade de ser aluna integrante no projeto de pesquisa intitulado “A Saúde das Expressões Faciais: História Cultural do Sorriso na Parahyba (1919 -1945)”, coordenado pelo Professor Doutor Iranilson Buriti de Oliveira, tendo por objetivo a análise documental de fontes que forneciam dados sobre práticas referentes a pedagogia de limpeza e cuidado com o rosto, mais enfaticamente o sorriso. Sendo assim, minhas primeiras inspirações com a problemática da com a temática beleza, inicialmente feminina, nasceram quando me deparei com fontes referentes ao contexto dos anos de 1920 em diante, que mostravam informações referentes a questão da prática de saneamento e saúde corporal, onde tive acesso a documentações que traziam a questão do cuidado com a beleza e cuidado com o corpo, como foi o caso da documentação da Revista *Era Nova*.

Foi então que, no ano de dois mil e treze, que tive a inquietude de trabalhar com a problematização referente a beleza, e passei a iniciar meus estudos para a elaboração do projeto de pesquisa referente ao trabalho de conclusão de curso no Bacharelado em História pela Universidade Federal de Campina Grande. Houve, de minha parte, uma aproximação afetiva com a temática, pois pude perceber que poderia tratar de algo que desde a minha infância me trazia prazer, que era a beleza. No trabalho de conclusão de curso, intitulado “Modernidade e Beleza: A Busca do Belo pela Mulher Paraibana (1921-1923)” - Monografia realizada no ano de 2014, que tem por objetivo analisar e discutir os discursos modernizadores nos anúncios cosméticos da Revista *Era Nova*, para a mulher tornar-se bela e moderna - , tive como fontes a Revista *Era Nova* dos anos de 1921 a 1923 e analisei, nos anúncios sobre a cosmética feminina, como se processaram os discursos referentes à modernidade para a mulher, ou seja, como ser uma mulher bela e moderna.

Sendo assim, inicialmente, passei a atrelar a beleza, e a estética com a questão do feminino. Pois ainda partia do senso comum de que beleza era algo que só poderia ser do mundo feminino, assim como força estaria para a perspectiva masculina.

Porém, passei a me inquietar com a questão referente à beleza masculina, pois muito se fala da beleza feminina, mas pouco se encontra sobre questões referentes ao campo do masculino e a beleza. Foi, daí então, que fiz uma longa lembrança de toda a minha experiência com o masculino, de como, desde de minha infância, estive envolvida por todos os rituais da masculinidade, desde do cuidado com a barba, até com o cuidado com o corpo, pensando como suas vestimentas poderiam ficar alinhadas, sem que todo esse cuidado pudesse colocar em cheque a masculinidade dos homens de minha família.

Meus sentidos foram sendo educados para sentir os aromas do masculino; observar as práticas masculinas além da reafirmação do viril, mas a sua atenção para a beleza. Até mesmo porque, estas práticas, com o passar da convivência foram sendo inseridas dentro de minha subjetividade, em forma de ver o mundo; resignificando o que, para mim, seria o masculino e o que passou a significar o feminino. Desta maneira, pude “[...] compreender como é possível, ao longo do tempo, educar dos sentidos e forjar as sensibilidades, sobretudo, nesse fluxo de tempo conhecido como modernidade ocidental” (TABORDA DE OLIVEIRA, 2012, p. 09)

Sendo assim, passei a problematizar como eu poderia trazer a temática do masculino perpassado pela ótica da Beleza. Foi quando, através do site da Hemeroteca da Biblioteca Digital do Brasil¹, tive acesso as fontes referentes a Revista *O Cruzeiro*, e passei a observar em suas narrativas a preocupação com a beleza masculina, em um meio que estava a viver com as reformulações trazidas pela modernidade; a beleza como sendo uma prática educativa da masculinidade. É daí então, que apaixonei-me ainda mais pela temática da beleza, pois ela não só é uma prática corriqueira, mas também, através dela, é possível pensar diversas possibilidades de historicizar os sujeitos e buscar as respostas para inúmeras perguntas.

Dando continuidade à minha trajetória na graduação, minha monografia referente ao término do curso de licenciatura em História, concluída no ano de 2017, teve como título: “O Belo Masculino nas narrativas da Revista *Cruzeiro* (1928-1929) - monografia realizada no ano de 2017, que tem por objetivo analisar as narrativas da Revista *Cruzeiro*, e a formação do ideal de beleza masculina no meio modernizante que estava a insurgir.

” - de mesmo nome do projeto que submeti a seleção de mestrado em 2017- que teve por característica ser a iniciação dos estudos sobre as narrativas da Revista *O Cruzeiro* e sua problematização sobre a perspectiva do ideal de beleza masculina para o contexto moderno. Porém, me limitei a analisar os exemplares dos anos de 1928 a 1929, pois se tratava de uma monografia – trabalho menos extenso que a presente dissertação.

Entre o mês de agosto e dezembro de dois mil e dezoito, tive a oportunidade de ser discente e pesquisadora no mestrado da Pós Graduação em História na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC -SP), em que, pelo projeto PROCAD, fiz um intercâmbio durante quatro meses – um semestre letivo. Desta maneira, ao saber que poderia encontrar no CEDIC – PUC- SP (Centro de Documentação e Informação Científica), coordenado pela professora Heloísa de Faria Cruz, um acervo que poderia me fornecer algumas documentações referentes a Revista *O Cruzeiro*, e ainda mais no recorte temporal da pesquisa – com o qual tive certa dificuldade de encontrar, a não ser que fosse pelas vias digitais - não hesitei em fazer uma visita ao local.

Porém, percebi que as documentações referentes a Revista *O Cruzeiro* eram poucas, e, apesar de ter as documentações concernentes a temporalidade da pesquisa, a maioria deles já possuía pelas minhas pesquisas feitas pelo acervo digital da Hemeroteca Nacional do Rio de Janeiro. Mas só o fato de poder ativar minhas sensibilidades de historiadora ao toque com as fontes, perceber como era seu papel, as imagens ali contidas, tamanho e sua espessura. Além de imaginar como seriam as pessoas que puderam folhear aquelas páginas; os homens do século XX que tiveram aquela revista como uma referência para definir suas masculinidades, já me senti plenamente satisfeita.

Em conjunto com o professor Matheus da Cruz e Zica, meu orientador, resolvemos ir além do que só trabalhar com a perspectiva do Belo. Percebemos a importância que havia em abranger a pesquisa para uma análise voltada ao campo da Estética. Pois:

[...] definir a Estética pelo Belo, como faziam os filósofos convencionalmente tradicionais, seria recusar, primeiro, toda a enorme quantidade de grandes artistas que manifestaram preferência pela Arte do Feio e não do Belo; depois seria recusar, também, todas as agudas observações da Estética pós – kantiana sobre essas obras de arte baseadas no Feio e no Mal, observações que representam uma conquista tão valiosa para o verdadeiro entendimento da Arte e da Beleza (...) (SUASSUNA, 1993, p. 25)

Sendo assim, O Belo seria uma das categorias do Estético, e a Estética passou a ser considerada como “[...] a Filosofia do Belo e da Arte” [...]” (SUASSUNA, 1993, p. 25) passando a ser considerada como a Ciência do Estético. O nome Estético passou a designar um campo geral da Estética, incluindo todas as categorias nas quais os artistas e pensadores passaram a demonstrar interesses, levando em consideração o Trágico, O Sublime, O Gracioso e o Risível. Deixando, assim, para o Belo algo que seria voltado para a categorização da harmonia, pelo senso de medida, pela feição serena, e tranquila. Ou seja, o Belo seria restrito ao clássico.

Sendo assim, além de me preocupar com as lacunas tidas no meio historiográfico sobre o que concerne a falta de estudos referentes da beleza masculina, a presente dissertação propõe também, quebrar com o lugar comum da beleza como sendo do campo, exclusivamente, feminino, e mostra-la como uma prática educativa da masculinidade. Como afirma Larrosa (2004): “[...] é preciso esse gesto às vezes violento de problematizar o evidente, de converter em desconhecido o demasiado conhecido, de devolver a obscuridade ao que parece claro, de abrir uma certa ilegibilidade no que é demasiado legível” (LARROSA, 2004, p. 16).

Tendo em vista que esta dissertação pretende abordar a Estética como uma prática educativa da masculinidade, e, desta maneira, uma pesquisa que busca uma problematização pautada na pedagogia do corpo; percebo que ela se enquadra nas perspectivas que a linha III – História Cultural das Práticas Educativas, do mestrado em História pela Universidade Federal de Campina Grande, objetiva abarcar. Desta forma, a problematização sobre as práticas educativas, enquanto pedagogia do corpo, perpassa pela questão de que corpo como algo que advém do social. Assim como afirma Le Breton, “[...] o homem não está distinguido da trama comunitária e cósmica ao qual está inserido, mas, ao contrário, está misturado a multidão de seus semelhantes [...] (LE BRETON, 2002, p.), fazendo com que isso colabore para a formação de sua singularidade.

Tendo em vista que a presente dissertação teve como enfoque abordagem permitida graças ao advento da História Cultural, ou Nova História Cultural, e sua abertura temática, mostro, caro leitor, que as problematizações referentes às temáticas de gênero, subjetividade das sensibilidades, dos sentidos, dos comportamentos, e corpo serão o norte a pesquisa que desenvolvi. Desta maneira, percebo que foi pelo viés da História Cultural que pude fundamentar teoricamente e metodologicamente a presente pesquisa. Com isso, me fazendo valer das considerações de Burke, mostro que:

A abordagem interna trata da presente renovação da história cultural como uma reação as tentativas anteriores de estudar o passado que deixam de fora algo ao mesmo tempo difícil e importante de se compreender. De acordo com esse ponto de vista, o historiador cultural abarca artes do passado que outros historiadores não conseguem alcançar. A ênfase em “culturas internas” oferece uma saída para a atual fragmentação da disciplina em especialistas da história da população, diplomacia, mulheres, ideias, negócios, guerra e assim por diante. (BURKE, 2008, p.08)

Porém, como o próprio Burke (2008) menciona, a História Cultural é de matriz francesa, já que “há três ou quatro gerações os historiadores associados a revista dos *Annales* vêm fazendo uma série notável de contribuições importantes nesse campo, para a história das mentalidades, sensibilidades, ou representações coletivas [...]” (BURKE, 2008, p. 11) Desta maneira, a História Cultural passa a “[...] identificar como em diferentes lugares e momentos um determinada realidade social é construída, pensada e dada a ler.” (CHARTIER, 2002, p. 17)

Desta maneira, segundo Pesavento (2003) surge quando houve a ruptura , através de uma crítica a um correntes historiográfica que permitia ver a História apenas por um viés marxista, “[...] um esgotamento de modelos e regime de verdades e de explicações globalizantes, com aspirações a totalidade, ou mesmo de um fim para as certezas normativas de análise da história, até então assentes” (PESAVENTO, 2003, p.01).

Porém, como já foi exposto acima, diante da influência francesa, e da Revista dos *Annales*, essa ruptura nasceu “[...] de dentro da vertente neomarxista inglesa e da história francesa dos *Annales* que veio o impulso de renovação, resultando na abertura dessa nova corrente historiográfica a que chamamos de História Cultural ou mesmo de Nova História Cultural” (PESAVENTO, 2003, p. 03).

Desta maneira, minha dissertação teve por **objetivo** problematizar as representações da Estética Masculina presentes nas páginas da Revista *O Cruzeiro* na temporariedade de 1928 a 1931, vinculadas a noções de masculinidade, virilidade, vestuário, corpo, rosto e comportamento. Atrelados com as novas concepções sobre o meio social, econômico e cultural que passaram a permear o Brasil pelo advento dos impactos das ideias modernizadoras da sociedade brasileira, que se configuravam nas políticas modernizantes de urbanização e negação da ruralidade, e tudo aquilo que significaria o atraso da sociedade, incentivados pelas influências estrangeiras e ciências como a eugenia e, conseqüentemente, a higienização e sanitização da sociedade

brasileira. Sem esquecer das novas reconfigurações políticas e sociais do que se entendia sobre o progresso e civilização do Brasil.

Entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX, um fluxo intenso de mudanças passou a atingir tanto o meio social, econômico e cultural do Brasil. Essas mudanças afetaram desde a ordem das hierarquias sociais como as noções de tempo e espaços das pessoas, “[...] seus modos de perceber os objetos ao seu redor, de reagir aos estímulos luminosos, a maneira de organizar suas afeições e sentir a proximidade ou alheamento de grupos de seres humanos” (SEVCENKO, 1998, p. 07).

Isto porque, como consequência da modernidade, outras novas concepções (higienização, progresso, eugenia) vieram a permear a vida desses sujeitos, modificando seus corpos. Foi pensando nisso, que, ao me deparar com os exemplares da Revista *Cruzeiro*, circulante em todo território brasileiro nesse momento, passei a problematizar: **Como eram representados os modelos de Estética Masculina, na Revista O Cruzeiro, no recorte temporal de 1928 a 1931?**

Ao me debruçar no estudo sobre a estética masculina me propus a fazer um apanhado dos trabalhos que já abordam essa mesma temática, sejam eles do contexto com o qual problematizei na dissertação, ou aqueles que partem de um outro contexto. Entretanto, encontrei poucos trabalhos que problematizem a beleza pelos olhares da História, apesar de ter tido acesso a trabalhos que pensam o belo masculino pelo viés da Psicologia ou, até mesmo, na Administração.

Até o momento, não tive a oportunidade de encontrar trabalhos mais volumosos e extensos, como dissertações, que se preocupam com a problemática da beleza masculina. Os mais recentes trabalhos, são os artigos de as autoras Denise Bernuzzi Sant’Anna e da Márcia Pinna Raspani, os quais utilizo com frequência na dissertação, que estão presentes no livro: *“História dos Homens no Brasil”*, organizado por Mary del Priori e por Marcia Amantino. No artigo intitulado “Masculinidade e Virilidade entre a Belle Époque e a República”, Sant’Anna faz um apanhado sobre a prática da beleza no cotidiano masculino, levando em consideração os espaços que esses homens ocupavam; já Raspani em seu artigo “O que ‘eles’ vestem: moda, vaidade e masculinidades no Brasil”, aborda a moda partindo da perspectiva que ela não é apenas uma prática corriqueira, mas uma forma do homem se reconhecer no próprio espaço em que ocupa.

Em se tratando das documentações, e o número de exemplares analisados e catalogados durante os dois anos de pesquisa, através do site da Hemeroteca Digital do Rio de Janeiro, foram feitas análises de 92 exemplares da Revista *O Cruzeiro*, ao total. Porém, esse total não comparece totalmente citado ao longo do trabalho, pois fiz seleções nas fontes de acordo com aquilo que eu me propus a analisar. Desta maneira, o leitor irá observar, que dentre as citações das fontes que utilizei estão desde anúncios de produtos de beleza e vestimentas, até capas de determinadas edições da Revista. Todas elas possuindo um elo em comum, cada uma possuía correlação dependo da temática. Ao total foram utilizadas 44 imagens no decorrer de toda a dissertação.

Na tabela abaixo, o leitor poderá ver o número de exemplares analisados em cada ano, e quantos foram utilizados no decorrer da dissertação e em seus respectivos anos.

Revista <i>O Cruzeiro</i> – 1928 a 1931		
<i>Ano</i>	<i>Número de Exemplares analisados</i>	<i>Total de imagens utilizados na dissertação</i>
1928	9	11
1929	27	10
1930	26	12
1931	30	10

Quadro I – Número de tiragens e exemplares referente a Revista *O Cruzeiro* analisados durante a pesquisa

Já me reportando ao interesse em trabalhar com da Revista *O Cruzeiro*, afirmo que se deu pelo fato de que, nesse momento, quando a modernidade passa ter maior influência no cotidiano dos indivíduos, as revistas foram um meio de circulação intensamente difundido no Brasil e que, em suas páginas valorizava o “ser moderno”, e “ser brasileiro” procurando cativar e conquistar seus leitores, de forma que eles se sentissem familiarizados, sentindo-se identificados com o universo e símbolos do moderno. As revistas “[...] apresentavam uma estética moderna, apoiada no recorte, na colagem e no fragmento, justapondo fotografias a poemas, crônicas e comentários na apresentação da modernidade” (OLIVEIRA, LINS, VELLOSO, 201, p.09).

A escolha do recorte temporal da presente pesquisa, se dá pelo fato de que o ano de 1928 foi inaugural para a revista, tendo seu primeiro exemplar lançado nas bancas dia 10 de novembro. É justamente nesse ano que, aos poucos, a revista vai adquirindo “corpo” e fama, e se mostrando a que público direcionava suas narrativas, enfatizando suas principais intenções – como uma revista que tinha por caráter a maravilhas fantasiosas e utópicas da modernidade, com seu ar cosmopolita e internacional. Do ponto de vista da Estética Masculina, os anos de 1928 e 1929 possuem fontes que fornecem um bom aparato para análises sobre a moda masculina e a prática de esportes que estava vinculada com a questão de uma bela estética do corpo masculino.

Em 1930 a revista assume uma outra “cara”, apesar de permanecer com as mesmas ideias cosmopolitas. Depois da Revolução de 1930, e isso o leitor irá observar nos capítulos que virão a seguir, a revista *O Cruzeiro* assumirá uma “identidade” mais Militar, enfatizando sua predileção ao governo de Getulio Vargas, e seu apoio aos Aliancistas, isso do ponto de vista político e social. Já no que tange à questão da Estética Masculina, pude observar que os anos de 1930 e 1931, foram os anos em que apareceram com mais ênfase, produtos específicos que se preocupavam com o cuidado do corpo masculino. Produtos esses que não me foram possíveis encontrar em 1928 e 1929.

Uma outra questão a ser abordada com relação às fontes, são os anos da pesquisa, ou seja, quatro anos. Apesar de, aparentemente, serem poucos anos, levei em consideração o caráter semanal da Revista, isso porque a cada semana do mês a revista tinha por característica lançar um novo exemplar, além do número de páginas que a maioria dos exemplares continha, cerca de 44 a 68 páginas, cada exemplar.

Com isso, a presente dissertação irá dialogar com uma historiografia que se debruce a problematizar questões relacionadas as pedagogias do corpo, em que o modelo de Estética passava a ser um tipo de pedagogia, sendo ela influenciadora de modos e comportamentos; como o homem moderno irá se relacionar com as narrativas sobre o que é a beleza e de que forma elas se ressignificaram em seu corpo.

A Revista *O Cruzeiro* teve por característica ser uma porta voz da nova ordem que paira sob a perspectiva do nacional pautado pela modernidade. Sendo assim, a Revista demonstrava claramente a passagem do meio rural para o meio urbanizado, tendo seu advento com a industrialização e uma nova forma de poder político-econômico - social. Dita como uma Revista que representava o que se passava na elite brasileira, a mesma “[...] representava a sociedade da classe dominante do Brasil daqueles anos, ou seja,

políticos influentes, governos militares, Igreja e uma boa parcela de industriais, produtores rurais e empresários [...]” (SERPA, 2002, p. 19).

Durante a Primeira República, as revistas passam a desempenhar um papel estratégico e de grande impacto social. Elas vão sendo articuladas na vida cotidiana, tendo a capacidade de intervenção de forma rápida e eficaz, “caracterizando-se como ‘obra em movimento’ (VELLOSO, 2010, p. 43). Marcadas por não expressarem de forma definitiva um pensamento, as revistas possuem uma escrita dinâmica e reflexiva. E é justamente aí, por essa relação específica com a temporalidade, que a revista passa a se distinguir do jornal. Os jornais, também, não dariam conta dos múltiplos papéis e funções exigidos pela vida moderna. Sendo assim, as revistas se tornariam mais atrativas e chamativas.

O novo cenário citadino mostrava inúmeras publicações periódicas: almanaques, jornais, folhetos publicitários das casas comerciais e indústrias, as revistas ditas de variedade; onde, essa última, mostrava-se como um principal produto da indústria cultural. A publicidade passou a se articular com as novas demandas da vida urbana, transformando-se na principal fonte de informações da população citadina. Seu objetivo não era apenas informar o leitor sobre o que estava a ocorrer em seu país, em sua cidade, ou em sua capital; como também passou a se preocupar, e mostrar, o que estava acontecendo pelo mundo a fora.

A busca por certos ideais de masculinidade e virilidade também estava presente nesse contexto modernizador. Nas cidades metropolitanas como Rio de Janeiro, capital que é lançado o primeiro exemplar da Revista *Cruzeiro*, os espaços exclusivamente masculinos, como as barbearias, bares e casernas, mostravam o reforço da masculinidade e virilidade dominante. Para o homem moderno, o medo de falhar esteve presente, como se o fato de assim fazê-lo fosse um atestado de uma impotência invencível, de uma vergonha que deveria ser guardado a sete chaves. Além de belo, o homem moderno deveria manter sua masculinidade e virilidade intactas. Para o homem “[...] além de não temer os desafios impostos pelas asperezas da vida, era preciso mostrar-se ativo sexualmente com as mulheres” (SANT’ANNA, 2013, p. 255).

Neste momento,

[...] moderno, modernidade, modernismo ou mesmo modernização são categorias específicas, que vão ocupando amplo espaço no campo intelectual, construindo-se em palavras de ordem significativas no começo do século XX, chegando a ganhar uso quase obrigatório no ambiente intelectual de então (HERSHMAN, 1994, p.15)

Desta maneira, com a instauração da República no Brasil, nos finais do século XIX para início do século XX, mais precisamente no ano de 1889, conceitos, que vinham da Europa em sua maioria, como o caso da Inglaterra que já tinha vivido a experiência de duas Revoluções Industriais; e da França, que estava em pleno desenvolvimento do contexto moderno tanto no lado social como econômico, as ideias de civilização e progresso passaram a pairar na mente da elite intelectual brasileira. Passa-se a planejar, então, a formação de um país que deveria adentrar ao novo, esquecendo-se do velho; um país, em suma, aos moldes europeus.

Sendo assim, impactados com o advento, em meados dos anos de 1870, da chamada Segunda Revolução Industrial, também intitulada como Revolução Científico – Tecnológica, na Europa, com ênfase na Inglaterra, o Brasil, ou seja, a elite brasileira, sente a necessidade de caminhar aos moldes europeus no processo de civilização e modernidade do país.

Quando passei a me debruçar sobre os estudos acerca das masculinidades elaboradas pelo século XX, verifiquei que houve a dificuldade do homem moderno em separar a modernidade e o atraso com a prova e o medo de falhar. As masculinidades trazidas pelo século passado demonstram como elas eram múltiplas e plurais: passavam do homem letrado ao analfabeto; talhados na pena ou na navalha. O corpo do homem cidadão e burguês aglomerou em si vários envelopes, todos eles indiciários de sua posição social e dos seus gestos: as roupas, calçados, tinturas, remédios, pomadas, além de maquinários que ajudavam na sua comodidade de locomoção.

A passagem do meio rural para os modernismos da vida urbana levantava suspeitas quanto à masculinidade do homem. O conforto e a comodidade poderiam esmaecer a vontade masculina. Por isso, muitos desconfiavam das vantagens trazidas pelos meios de transporte. Tendo em vista as imagens dos homens habituados às rudezas das matas, os senhores do meio urbano eram considerados destituídos de coragem. Desta maneira, “os homens fracos, débeis, delicados, impotentes e frágeis, afeminados não teriam lugar numa terra assim, não sobreviveriam [...]” (ALBUQUERQUE JR, 2013, p. 147)

Ou seja, o homem precisaria ser moderno, mas sempre lembrando seu caráter masculino e viril. Um macho verdadeiro não ria à toa e jamais chorava, era necessário

demonstrar seriedade, firmeza e prontidão. Neste sentido, “[...] o masculino está no centro, como pai, autor e aquele que deve proteger um conjunto de textos culturais, pelos quais devem fazer funcionar a economia masculinista e dar sentido à masculinidade hegemônica” (ARAÚJO, 2011, p.223).

Desta maneira, aliados às preocupações higiênicas, inúmeros cuidados com o corpo, como é o caso da beleza, tendem a ser tratados na esfera do medicinal. Ou seja, passa-se a ser criados “medicamentos” que auxiliavam na obtenção da beleza, ou reforço da beleza de “nascença”. Nesse contexto modernizante, não haveria desculpas para não ser bonito (a). Mesmo não nascendo belo (a) poderia torna-se belo (a).

A ideia vinculada com a Estética, neste meio modernizante, esteve atrelada a ideia do Belo apresentando-se como uma forma de transformar-se, abrindo as portas para o novo. Mas também de purificar-se, pois o indivíduo deixa de lado heranças do antigo, trazendo a salvação e a luz para o sujeito moderno. Concepções modernas utilizam-se da beleza para fazer valer os conceitos trazidos por essa dita modernidade. Desta maneira, o Feio passou a ser visto com olhares de rechaço, de atraso; algo que viria a ser a conta mão de toda a política modernizante da época.

Desta maneira, ao problematizar o conceito da beleza apresentado por Vigarello e essa atribuição que ele faz da beleza como um ato de cuidar de si próprio, pode-se fazer uma correlação da definição de cuidado de si trazida por Foucault, quando ele dá continuidade à sua concepção sobre o que seria a cultura de si, com seu cuidado individualista. Foucault mostra que o cuidado de si passa a adquirir um alcance amplo, pois:

[...] o preceito segundo o qual convém ocupar-se consigo mesmo é em todo caso um imperativo que circula entre numerosas doutrinas diferentes: ele também tomou a forma de uma atitude, de uma maneira de se comportar, impregnou formas de viver: desenvolveu-se em procedimentos, em práticas e em receitas que rem refletidas, desenvolvidas, aperfeiçoadas e ensinadas; ele constituiu assim uma prática social, dando lugar a relações interindividuais, a trocas e comunicações e até mesmo a instituições; ele propiciou, enfim, um certo modo de conhecimento e a elaboração de um saber. (FOUCAULT, 2002, p.50)

A concepção de Estética com a qual irei problematizar no presente trabalho, será a Estética baseada no cuidado de si. Uma Estética que não só envolve a perspectiva do Belo, como dito nos parágrafos iniciais da introdução, mas também a considerando como

definidora de um modo de se comportar, uma forma de viver, e práticas que devem ser ensinadas, aperfeiçoadas e repassadas como uma prática social intrinsecamente ligada ao contexto moderno. Ou seja, a beleza moderna passará a ser definidora de um entendimento como se processava esse ideal de beleza masculina para o contexto dos anos de 1928 a 1931. Houve, assim, uma transformação nas sensibilidades dos indivíduos que estavam inseridos nessa trama moderna. A experiência urbana passou a ser educadora dos sentidos e sensibilidades das pessoas, nela pode-se perceber marcos do moderno. A visão foi um dos sentidos mais aguçados pelo sujeito moderno. Através da visão se passava personagens que circulavam pelos centros e pelas periferias das cidades; as transformações ocorridas no cenário urbano também foram capturadas pela visão dos transeuntes.

Tendo em vista que também houve problematizações referentes ao discurso, sejam eles publicitário, ou das discussões trazidas na Revista *O Cruzeiro* referentes a masculinidade, virilidade e a própria modelo de Estética concernentes para época, trabalhamos com a perspectiva da Análise do Discurso presente em Foucault, quando o mesmo nos mostra que:

[...] trata-se de determinar as condições de seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles. Rarefação entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo. Mais precisamente: nem todas as regiões do discurso são igualmente abertas e penetráveis; algumas são altamente proibidas (diferenciadas e diferenciadoras), enquanto outras parecem quase abertas a todos os ventos e postas, sem restrição prévia, a disposição de cada sujeito que fala. (FOUCAULT, 2007, p.38-39)

Desta maneira, passamos a considerar o discurso como:

[...] a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma de discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar a interioridade silenciosa da consciência de si. (FOUCAULT, 2007, p.59)

Penso que o Ideal de Estética Masculina, está sendo colocado pelas narrativas da Revista *O Cruzeiro*, como uma forma de pedagogizar o homem moderno. As narrativas são lugares não apenas particulares, mas que podem ser habitadas, e habitantes. O grau que se resiste a elas dependerá de como os sujeitos serão capazes de lê-las e reescrevê-las. No caso da presente pesquisa, analisarei como as narrativas da Revista *O Cruzeiro*,

que irão ser lidas e reescritas nos corpos dos homens modernos a partir da beleza. Ou seja, irei problematizar os dados da pesquisa analisando a partir da perspectiva da narrativa como criadora de identidades, e de como elas irão ressignificar os corpos masculinos pela prática da beleza.

Outra metodologia que foi adotada e escolhida, diante dos dados fornecidos pela pesquisa, também esteve presente ao longo a dissertação, a problematização em torno da Representação. Desta maneira, pelos olhares de Roger Chartier concebeu-se as representações acerca dos homens presentes na Revista *O Cruzeiro* como um “[...] processo de longa duração, de erradiação e de monopolização da violência, que é necessário inscrever a importância crescente adquirida pelas lutas de representações, onde o que está em jogo é a ordenação, logo a hierarquização da própria estrutura social” (CHARTIER, 2002, p. 23).

Mais do que um conceito de mentalidade, ela permite articular três modalidades da relação com o mundo social: em primeiro lugar, o trabalho de classificação e de delimitação que produz as configurações intelectuais múltiplas, através das quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos; seguidamente, as práticas que visam fazer reconhecer uma identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição; por fim, as formas institucionalizadas e objectivadas graças as quais uns representantes (instâncias colectivas ou pessoas singulares) marcam de forma visível e perpetuada a existência do grupo, da classe ou da comunidade. (CHARTIER, 2002, p. 23)

A dissertação está dividida em três capítulos, cada um deles aborda três práticas de beleza sugeridas aos homens do período analisado, para chegar a construção de um corpo belo e moderno: os esportes; a moda e o asseio e cuidado com o corpo.

Sendo assim, o primeiro capítulo da presente dissertação foi dedicado a Revista *O Cruzeiro*, correlacionando a trajetória da mesma com o contexto histórico ao qual ela estava inserida. Intitulado “**Revista *O Cruzeiro*: Um projeto cosmopolita e modernizador**” o capítulo buscou relatar sobre os principais nortes da Revista, como seus organizadores, seus colaboradores, o corpus editorial, assim como sua correlação com a política, enfatizando os principais políticos influentes do momento que interferiram na história da revista, assim como suas ambições enquanto revista que abarcava não só questões do Brasil, como de países que vieram a interferir na nova concepção se preocupando em trazer o progresso e civilidade para esse novo país.

Também foi abordado no capítulo um, questões relacionadas a política, eugenia e modernização da sociedade brasileira, em que me preocupei em realizar problematizações concernentes ao recorte temporal proposto na dissertação, e suas principais mudanças tomando como base todo o panorama brasileiro. Desta maneira, abordando as importantes ocorrências do século XX, e discussões referentes a civilização e progresso, rejeitando todas as concepções que poderiam vir a lembrar o passado monárquico, rural e tradicional, negado por essa sociedade de intelectuais, o capítulo um teve como intenção fazer um apanhado geral sobre tudo aquilo que passou a ocorrer no Brasil, e que a Revista *O Cruzeiro* se detinha em explicar em suas páginas.

O segundo capítulo, intitulado **“Um Homem Moderno Tem que ser Elegante e Fino: A Estética da Moda Masculina no Saber Vestir-se”** irá discutir como a moda interferiu na Estética masculina e na vida dos homens modernos . Desta maneira, a mentalidade que dominava boa parte da população da época era o “desejo de ser estrangeiro”..

A moda foi um dos poucos campos da sociedade que obteve êxito no aprimoramento dos hábitos sociais do brasileiro. Esse momento moderno exigia o afinar-se dos hábitos e costumes com o tempo, com as notícias e anúncios rápidos que estavam a sendo nas revistas e jornais. Sendo assim, o que perdurava era o individualismo exibicionista. Desta forma, discutiremos a presença de dois estereótipos masculinos: a almofadinha e o militar; que ao longo da pesquisa se mostraram como sendo os dois tipos de estéticas mais “aceitáveis” para o momento. Foi discutido também a influência que o discurso publicitário para com o intuito de convencer os homens modernos a utilizar determinados produtos para que isso pudesse enaltecer sua masculinidade e elegância; como também a interferência do cinema nos modos e vestimentas para o sujeito masculino da época.

Já o terceiro capítulo intitulado **“O Ideal de Estética Corporal Masculina: Os Sportmens, Almofadinhas e Militares”**, irá problematizar a ideia do corpo masculino saudável, e de como a concepção de corpo forte e sadio passou permear o cotidiano dos indivíduos modernos. A busca pela ideia de “civilização esportiva”, segundo Sevcenko, passou a ser atribuída não á prática generalizada de diferentes modalidades de esportes. Passou-se, então, a formação de uma geração que glorificava o exercício físico para a saúde do corpo e a saúde da alma.

Também foi discutido, ao longo do capítulo três, as práticas de cuidado higiênico recomendadas aos homens daquele contexto, traz a ideia da necessidade de asseio pessoal foi colocada na mente do indivíduo moderno como um ato de civilidade; um ato que o tornaria mais próximo da racionalidade e do conhecimento de si. A higiene foi produzida como uma concepção que enaltece o corpo moral. Por esse motivo, o asseio era sinônimo de decência, pois ao apresenta-se com sinais de descuido, automaticamente, o indivíduo seria considerado incivilizado. Juntamente com os esportes, a imagem do homem saudável se contrapõe à figura do Jeca Tatu, que reunia o imaginário de todas as mazelas nacionais. Um corpo bem asseado, bem cuidado, era a promessa e pretensão da modernidade.

Diante da multiplicidade de práticas esportivas, aos quais os homens modernos estavam sendo propostos para os homens daquele momento, também houve a discussão sobre os diferentes modelos de corpos colocados como ideias: desde do homem mais encorpado, praticante de esportes como natação e boxe, até aqueles homens que optavam por práticas e exercícios esportivos mais brandos, como é o caso da esgrima e futebol. Ou mesmo, os homens que não tinham em mente condicionar seus corpos as práticas esportivas, e sim, pautavam suas vidas para obtenção de corpos mais *smart*. Sendo assim, haverá a volta da discussão de dois estereótipos masculinos: o almofadinha e o militar.

Porém, antes de finalizar a presente introdução, vejo que é importante adiantar para o leitor que as epígrafes presentes nos três capítulos da dissertação foram músicas cantadas por Noel Rosa. “Filosofia”, “Com que Roupa” e “Tarzan (O filho do Alfaiate)” norteiam os capítulos I, II e III, respectivamente.

Ao ouvir músicas de Noel Rosa percebi o quanto o cantor trazia indícios para pensarmos aspectos variados das sensibilidades masculinas marcadas pelas experiências daquela conjuntura histórica a partir dos versos que declamava. Suas músicas tanto contavam sobre o dia a dia de um homem no frenesi do meio moderno, com a passagem dos tradicionalismos para os novos comportamentos da vida urbana, quanto os afetos e desafetos ditos por ele e suas relações com mulheres amadas. Nascido no Rio de Janeiro, no dia 11 de dezembro de 1910, tendo seu nome de batismo Noel Medeiros Rosa, teve sua carreira reconhecida graças a fama na boêmia carioca, tocando um dos gêneros musicais mais famosos do Brasil, o samba. Seus principais anos de atuação, foram os finais dos anos de 1920 e início dos anos de 1930, onde teve sua carreira interrompida pela tuberculose, falecendo aos 4 dias no mês de maio de 1937, com 26 anos.

Além de nascido no Rio de Janeiro – lugar onde a Revista *O Cruzeiro* também teve seu nascimento -, as músicas de Noel Rosa me fizeram pensar nas sensibilidades e sensações captadas pelo masculino daquele cenário tão controverso, para alguns, e encantador, para outros. Penso que a música, e suas letras cheias de significados, também podem ser utilizadas por nós historiadores para sentir, mesmo que um pouco, como eram as sensibilidades dos contextos aos quais nos propomos a estudar.

Sendo assim, desejo ao leitor uma leitura prazerosa. Anseio que a Estética dos gestos e formas propagandeadas e estimuladas para os homens daquele contexto, possam embelezar ainda mais a vida daqueles que venham a ler essa dissertação. Para que novos estudos sejam feitos, em que esses homens ditos como belos não sejam silenciados; que a Estética, o cuidado com o corpo masculino, seja um campo ainda para se descobrir o novo, fugindo do lugar comum que o estipula como sendo uma prática exclusiva do feminino. No campo do belo ainda há muito o que ser estudado pelos historiadores. As amarras que se tem por essa temática precisam ser quebradas; novos olhares precisam ser lançados pela História.

CAPÍTULO I
REVISTA *O CRUZEIRO*: UM PROJETO COSMOPOLITA E
MODERNIZADOR

Mas a filosofia hoje me auxilia
 A viver indiferente assim
 Nesta prontidão sem fim
 Vou fingindo que sou rico
 Pra ninguém zombar de mim
 Não me incomodo que você me diga
 Que a sociedade é minha inimiga
 Pois cantando neste mundo
 Vivo escravo do meu samba, muito embora vagabundo
 Quanto a você da aristocracia
 Que tem dinheiro, mas não compra alegria
 Há de viver eternamente sendo escrava dessa gente
 Que cultiva hipocrisia

“Filosofia” – Noel Rosa

**1.1 “Pode a antiga cortezia adaptar-se sem ridículo aos costumes da vida moderna”-
 Estruturação da revista *O Cruzeiro* e seu intento modernizador**

Ao iniciar a problematização do presente capítulo desta dissertação, com uma citação no subtítulo 1.1, retirada do primeiro exemplar da Revista *O Cruzeiro*, datado do dia 10 de novembro de 1928, juntamente com a epígrafe que se trata de um trecho da música de Noel Rosa, *Filosofia*, exploro a possibilidade de dar a ver de modo quase

instantâneo as mudanças e como a revista pôde demonstrar e exemplificar tais mudanças que pairavam o cotidiano e subjetividade dos indivíduos brasileiros.

Desta maneira, pensar que a revista *O Cruzeiro* foi no imaginário dos editores, e nas páginas que se dedicavam a falar do caráter da revista, um impresso que parecia ter como meta a formulação de um ideal que trazia consigo os ares da modernidade, e com ele tudo o que vinha sendo impulsionado e trazido por ele, é pensar como próprio Noel Rosa canta em sua canção: “Mas a filosofia hoje me auxilia/ A viver indiferente assim/ Nesta prontidão sem fim”. E como veremos mais adiante, nos tópicos que se seguirão a este capítulo seria uma filosofia que “vira e mexe”, que através da modernidade, trouxe consigo o consumo, onde quem não tinha dinheiro passou a querer vivendo “[...] eternamente sendo escravo dessa gente/ Que cultiva a hipocrisia”.

Ambientado num panorama que se perguntava: Como viver com o novo ainda mantendo ares do antigo/ tradicional? Assim como fala a citação apresentada no primeiro tópico do presente capítulo. Ou seja, [...] ressaltava o contraste entre o “novo” e o “arcaico”, apontando para a experiência de modernização profundamente contraditória.

Tendo sido inaugurada dia 10 de novembro de 1928, a Revista *O Cruzeiro* contava com publicações semanais, informando ao leitor tudo o que havia de mais moderno e atual não só no Brasil, bem como nos quatro cantos do mundo. A Revista *Cruzeiro* “[...]foi um dos primeiros órgãos a integrar os Diários Associados, a primeira rede de comunicação brasileira, que, em seu auge, contabilizaria 36 jornais, 18 revistas, 36 rádios e 18 emissoras de televisão, dentre as quais, a TV Tupi” (BRASIL, 2015, p.01)

Fundada num período de franca expansão da rede, quando Chateaubriand já mantinha *O Jornal*, a revista foi um dos bastiões dos Associados. Revolucionando, assim, o mercado editorial brasileiro ao criar e ditar padrões, influenciou fortemente a opinião pública nacional. Com a decadência da cadeia após a morte de Chateaubriand, em 1968, a Revista *Cruzeiro* perdeu muito de seu brilho na década de 1970, até fechar definitivamente em 1985. A Revista *Cruzeiro*, mostrou-se um periódico de renovação quanto a fotografia reportagem, ganhando novos sentidos e passaram a assegurar a liderança da revista nos anos de 1920. Desta maneira, a revista *O Cruzeiro* [...] apresentava em seu contexto um ideal de modernidade. Esta revista poder ser vista como um forte instrumento utilizado pelos grupos dominantes para se informar, expor seu cotidiano, sua imagem (SOARES JUNIOR, 2008, p.13)

Inicialmente, a Revista *Cruzeiro* – que posteriormente, em 1929, passou a ganhar o artigo “O” antes do seu nome, assumindo a denominação de *O Cruzeiro* – teve seu projeto

encabeçado pelo jornalista português Carlos Malheiro Dias, que tinha como proposta uma revista de circulação nacional, criando, assim, a Empresa Gráfica Cruzeiro S.A. Porém, não tendo recursos para pôr em prática seu projeto, Malheiro Dias acabou cedendo o controle da recém-criada empresa para o jornalista, e também empresário, Assis Chateaubriand. Sendo assim, através do empréstimo fornecido pelo Banco da Província, tendo como proprietário Antônio Mostardeiros e por intermédio do então ministro da Fazenda, Getúlio Vargas, Chateaubriand conseguiu lançar o primeiro número da revista alargando seu projeto em outros órgãos de imprensa que futuramente seriam conhecidos como Diário dos Associados. Vargas não deixa dúvidas, então, de seu interesse no pretenso potencial político, social e econômico da nova revista.

Figura 1: Visita de Pedroso Rodrigues Cosul Geral de Portugal



Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 17 de novembro de 1931

Como demonstra a imagem do dia 17 de novembro de 1931, relatando a visita do cônsul Geral de Portugal, Pedroso Rodrigues, quando a Revista passava a se preocupar em relatar ao leitor a respeito de quem era o cônsul e suas maiores intenções ao visitar capital brasileira, Rio de Janeiro, penso como a revista *O Cruzeiro*, em suas reportagens,

passava aos seus leitores seu objetivo em ser um magazine que tinha por objetivo abarcar temas de tivessem correlação com o estrangeiro. Assim como também, materializar a questão ilusória e utópica da modernidade, e, como consequência, essa valorização ao consumo – ou seja, ao capitalismo – de bens que vinham de fora. O estrangeiro como sendo uma “vitrine” e uma sociedade que vivia com a ilusão do moderno.

Porém, caro leitor, mais adiante, no tópico seguinte desse capítulo, irei adentrar com mais ênfase nessa questão advinda pela modernidade; essa influência que o capitalismo, e o dinheiro, tiveram para a sociedade que se dizia moderna, para a concepção de uma nova reconfiguração da vida cidadina.

Sendo assim, segundo Velásquez (2001) como seu primeiro editor *O Cruzeiro* contou com a participação de Carlos Malheiros Dias, e como diretor presidente, José Mariano Filho, sendo apoiados pelas maiores agências de todas cidades do Brasil, mantendo correspondentes internacionais em Lisboa Paris, Roma, Madri, Londres, Berlim e Nova Iorque. Suas páginas eram recheadas de diversos assuntos. Um exemplo disso é a participação da Metro-Goldwyn-Mayer que firmou acordo com a divulgação dos lançamentos cinematográficos na revista, em troca da exibição de anúncios de *O Cruzeiro* antecedendo as projeções de filmes pela Metro.

A revista se preocupava em abarcar diversos assuntos, dentre deles os internacionais e toda a cobertura da presença de autoridades oficiais que chegavam as terras brasileiras, no afã de criar a sensação dos supostos benefícios que as influências de outros países, ditos como modernos e evoluídos, poderiam ser considerados como modelos políticos e sociais a serem seguidos. Esse é o caso da reportagem acima que se tratava da visita do Consul Geral, enviado de Portugal, Pedroso Rodrigues, que, segundo a ótica da revista e da modernidade, vinha para “abrilhantar” com sua experiência adquirida em Portugal.

Assim, tendo sua fama já arraigada antes dos seus primeiros exemplares serem colocados à venda, no dia 5 de dezembro de 1928 quatro milhões de prospectos foram jogados do alto dos prédios da Cinelândia, Rio Branco e Ouvidor, no Centro da Cidade do Rio de Janeiro, onde a anunciava a vinda de uma revista que prometia ser “contemporânea dos arranha-céus!” Sendo feita em impressão de quatro cores no sistema de retrogravuras, a revista contava com diversas fotografias, na utilização de papel da melhor qualidade, contando com bons jornalistas tanto dos meios internacionais como

nacionais, circulando pelas principais capitais e cidades do Brasil (VELASQUEZ, 2001, p, 03).

Importante frisar a relevância que os periódicos, do estilo revista, tiveram durante a Primeira República, onde passavam a desempenhar um papel estratégico e de grande impacto social. Elas vão sendo articuladas à vida cotidiana, tendo a capacidade de intervenção de forma rápida e eficaz, “caracterizando-se como ‘obra em movimento’”. (VELLOSO, 2010, p.43). Marcadas por não expressarem de forma definitiva um pensamento, as revistas possuem uma escrita dinâmica e reflexiva. E é justamente aí, por esse relação específica com a temporalidade, que a revista passa a se distinguir do jornal. Os jornais, também, não dariam conta dos múltiplos papéis e funções exigidos pela vida moderna. Sendo assim, as revistas se tornariam mais atrativas e chamativas.

As transformações acontecidas em algumas capitais brasileiras, como o Rio de Janeiro, nas décadas iniciais do século XX foram inscritas na imprensa. Segundo Lucca:

A aceleração do tempo e o conforto com os artefatos que compunham a modernidade (automóveis, bondes, eletricidade, cinema, casas noturnas, fonógrafos, câmaras fotográficas), a difusão de novos hábitos, aspirações e valores, as demandas sociais, políticas e estéticas das diferentes camadas que circulam pelas cidades, os conflitos e esforços das elites políticas para impor sua visão de mundo e controlar as “classes perigosas”, a constituição dos espaços públicos e os meandros que regiam seu usufruto e circulação, as intervenções em nome do sanitarismo e da higiene, a produção cultural e as renovações estéticas, tudo isso passou a integrar as preocupações dos historiadores, que se furtam de buscar parte das respostas na imprensa periódica, por cujas páginas formulam-se, discutiram-se e articularam-se projetos futuros (LUCCA, 2010, p.120)

O novo cenário citadino mostrava inúmeras publicações periódicas: almanaques, jornais, folhetos publicitários das casas comerciais e indústrias, as revistas ditas de variedade; onde, essa última, mostrava-se como um principal produto da indústria cultural. A publicidade passou a se articular com as novas demandas da vida urbana, transformando-se na principal fonte de informações da população citadina. Seu objetivo não era apenas informar o leitor sobre o que estava a ocorrer em seu país, em sua cidade, ou em sua capital; como também passou a se preocupar, e mostrar, o que estava acontecendo pelo mundo a forma.

Para Velloso (2010) as revistas passaram a ser consideradas, nesse momento, como “[...] ponto de encontro de itinerários individuais, reunidos em torno de uma ideia em comum” afirmando que, “[...] as revistas são lugar de memória, possibilitando a análise do movimento das ideias que conformam uma época” (VELLOSO, 2010, p. 44).

Desta maneira, contando com uma tiragem de 50 mil exemplares, o primeiro número da revista *Cruzeiro* se apresentou com o rosto de uma mulher na qual foram incorporadas as cinco estrelas da constelação do Cruzeiro do Sul, onde, obstante, seu nome inspirado tanto nessa mesma constelação, quanto na nova moeda que estava a se instalar no contexto econômico da época: o cruzeiro.

Imagem 2 : Capa do primeiro exemplar da Revista Cruzeiro



Fonte: Revista *Cruzeiro* - 10 de novembro de 1928

Desta maneira, passou a se apresentar como a revista brasileira que traria em seu *corpus* de notícias vastos anúncios do que havia de mais atual no mundo inteiro. Tendo por característica ser uma revista de variedades, *O Cruzeiro* contava com matérias diversificadas: desde moda, esportes, poemas, cinema, colunismo social, charges e caricaturas. Havia também matérias sobre os acontecimentos e fatos da semana, passando por histórias, crônicas, concursos de beleza e fotografia além da cobertura de

assuntos internacionais. Daí a revista afirmar que cobria de tudo o que acontecia “Pelas cinco partes do mundo”, coluna essa que tinha por objetivo trazer para o leitor tudo que acontecia pelo mundo a fora em forma de imagens ilustrativas.

Imagem 3: Pelas Cinco Partes pelo Mundo



Fonte: Revista O Cruzeiro - 5 de janeiro de 1929

Desta maneira, caro leitor, trago o recorte referente ao título da coluna “Pelas Cinco Partes do Mundo”, assim como, a reportagem da mesma tiragem do título a cima, para que se possa problematizar as questões apresentadas, e sua importância. Resolvi, antes, me deter ao título, e a imagem que o segue no plano de fundo, pelo fato de que só essa imagem já diz bastante, principalmente no que tange as intencionalidades da revista, sobre o caráter da revista *O Cruzeiro*. Assim como demonstra a influência que países como França – e sua capital Paris – corroboraram para embasar esse imaginário lúdico referente a Modernidade.

Percebe-se que o plano de fundo que enfatiza o título da coluna, e isso analisando a revista e outros exemplares que se seguem com a mesma coluna, há a referência a Paris – com a presença da Torre Eiffel. Porém, há a referência a países orientais, como representado a esquerda da imagem – com prédios que se assemelham a construções advindas do oriente - ; assim como a demonstração de países industrializados, como Inglaterra ou, talvez, Estados Unidos. Sendo assim, a imagem do dia 5 de janeiro de 1929, referente a coluna “Pelas Cinco Partes do Mundo”, onde a revista se preocupava em trazer para o leitor os

mais “recentes” acontecimentos ao redor do mundo, na intenção de deixar o leitor a par do que acontecia pelo mundo a for

No ano de 1929, mais precisamente, no mês de setembro, há a oficialização das candidaturas de Júlio Prestes, como situação, e Getúlio Vargas, como oposição. Este cenário, pré-Revolução de 1930, passou a ser um momento delicado para a história do Brasil. Isso porque tendo o então presidente da Paraíba como candidato à vice-presidência, João Pessoa, Vargas formava a chapa da Aliança Liberal. Desta maneira, a composição da Aliança Liberal foi marcada pela heterogeneidade, onde passou a determinar a eclosão de uma acirrada luta política.

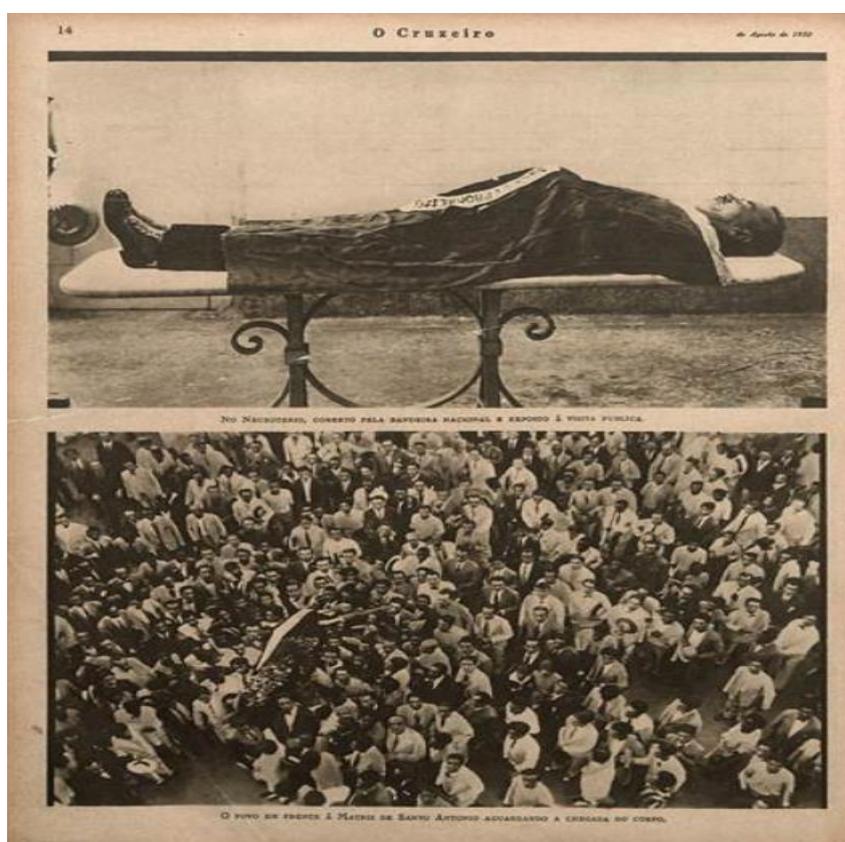
Desta maneira, Assis Chateaubriand colocou todos os órgãos da imprensa aos quais ele estava à frente a serviço da causa aliancista. Com isso, a campanha da Aliança Liberal percorreu todo o país, especialmente atingiu as capitais mais importantes do país, garantindo consideráveis mobilizações em seus comícios e manifestações. A participação de *O Cruzeiro*, durante a campanha presidencial, teve um considerável respaldo para a alavancada da candidatura Vargas-João Pessoa, se tornando principal meio de cobertura da mesma. Sendo assim, tornou-se evidente a diferenciação entre as coberturas das atividades aliancistas, contra o espaço restrito da candidatura de Júlio Prestes, onde o mesmo tinha de pagar para a aparecer nas páginas da revista.

Entretanto, após a realização da eleição, em março de 1930, com a vitória de Júlio Prestes, “[...] parte das forças que apoiaram a campanha da Aliança Liberal passou a conspirar em torno de uma saída insurrecional para o processo, de forma a impedir a posse do presidente eleito. (GOMES, 1993, p. 49)” Porém, naquele momento, um episódio em específico marcou todo o panorama do cenário político e social do Brasil: a morte, por assassinato passional do candidato à vice-presidência da oposição, João Pessoa, pelo adversário político, João Dantas, em 26 de julho de 1930 numa confeitaria em Recife. Desta maneira, tal acontecimento foi acompanhado e demonstrado incansavelmente nas páginas de *O Cruzeiro*, acusando o governo federal pelo crime e durante um mês a mesma revista publicou matérias ricamente ilustradas sobre a morte e os funerais de João Pessoa, numa clara postura de parcialidade em relação ao jogo político estabelecido naquela conjuntura.

Foram dedicadas, então, quatro páginas intituladas “O Epílogo de um drama Político”, da edição de 9 de agosto de 1930 da Revista *O Cruzeiro*, retratando desde da

chegada do corpo de João Pessoa ao necrotério, até o velório e “passeata” do mesmo. Desta maneira, em 3 de outubro de 1930, começava um levante militar de 21 dias, que ocasionou na deposição do presidente Washington Luís, e se instalou uma junta governativa, entregando nas mãos de Getúlio Vargas a presidência do país em 3 de novembro.

Figura 4: Funeral de João Pessoa



Fonte: Revista O Cruzeiro - 09 de agosto de 1930

Quando se pensa na composição da Aliança Liberal, pode-se considerar que ela passou a ser conhecida por sua heterogeneidade. Segundo Gomes (1993) a Aliança Liberal tinha como intento combater

[...] sobretudo, a hipertrofia do poder Executivo, a fraude eleitoral e o esquema de escolha de candidatos. A forma como Washington Luís encaminha a candidatura de Júlio Prestes acarreta comentários negativos por parte de todos aqueles que se alinham com a candidatura oposicionista. A Aliança Liberal, aqui, assume um caráter nitidamente regenerador. Vargas, por exemplo, a ela

se refere como a “tentativa de renovação dos costumes políticos e de restauração das práticas da democracia. A ideia de corrigir o sistema político, para que o mesmo volte a suas origens, então, desponta como o melhor caminho a seguir, aos olhos dos aliancistas, que se autodefinem como liberais. (GOMES, 1993, p. 49)

É importante ressaltar que a boa convivência entre o Governo Provisório de Vargas, e os órgãos da imprensa de Assis Chateaubriand não duraram por muito tempo. “Ligando-se ao grupo de Lindolfo Collor, João Batista Luzardo e Raul Pilla, Chateaubriand passou a referir-se, em fins de 1931, aquela fase do governo Vargas como o início de uma ditadura, engrossando assim o coro dos que defendiam uma rápida reconstitucionalização do país” (VELASQUEZ, 2001, p. 04). Desta forma, apesar de seu caráter ainda de revista de variedades, *O Cruzeiro* assume um perfil também político, cobrindo semanalmente os atos cotidianos do governo e sua conjuntura política. “A revista de costumes, voltada para os problemas da família e do lar, abriu espaço ao semanário ágil e politizado” (VELASQUEZ, 2001, p. 04)”

Diante do que pude analisar sobre o caráter da Revista *O Cruzeiro*, é interessante observar que a revista representava a sociedade da classe dominante, onde era necessário consumir para que se pudesse adotar novos comportamentos, interferindo na subjetividade de uma determinada parcela da sociedade: a elite. Desta maneira, a revista retravava a vida de políticos influentes, governos militares, Igreja e de boa parcela de industriais e produtos ligados aos meios da indústria e comércio. Com isso, “[...] a revista foi referência não só pelos temas que levantava, representando, dessa forma, pensamento da elite política social, econômica e religiosa da época [...]” (SERPA, 2006, p.19).

Desta maneira, em 1932 *O Cruzeiro* foi um veículo de propaganda que assumiu o compromisso com a reconstitucionalização, deixando claro seu apoio a Revolução Constitucionalista de 1932, quando Assis Chateaubriand teve sua deportação decretada. Após a deportação de Chateaubriand a revista, no final deste ano, teve sua circulação por um mês cancelada sob a supervisão do governo. Após sua volta no cenário da imprensa brasileira, teve uma queda de 20 mil exemplares. “Com a instalação da Assembleia Constituinte, em novembro de 1933 o proprietário de *O Cruzeiro* retorna à cena pública, assumindo, novamente, o controle de *O Jornal*, uma vez que o mesmo havia sido confiscado pelo governo de 1932. Nessa época Assis Chateaubriand, reconcilia-se com Vargas, ampliando e aplicando nossos esforços para o revigoramento de seus jornais e principalmente *O Cruzeiro*” (VELASQUEZ, 2001, p. 06) .

Dáí então, em 1930 Carlos Malheiros Dias deixou a revista, projeto idealizado por ele. Dando ao ímpeto de modernização da revista, Chateaubriand convida para fazer parte da presidência da revista *O Cruzeiro* Dario de Almeida Magalhães (VELASQUEZ, 2001, p. 06). Com a entrada de Dario de Almeida Magalhães, em de 1934, alguns nomes que faziam parte da nata do jornalismo, literatura e artes plásticas do país e passam a fazer parte do corpus editorial da Revista *O Cruzeiro*: Manuel Bandeira, Graça Aranha, Viriato Correia, Davi Nassar, Edmar Morel, Carlos Castelo Branco, Candido Portinari, Aldo Bonadei, Anita Malfatti, Ismael Néri, Di Cavalcanti e mais tarde Ptto Maria Carpeaux, que ficou como editor da revista. Em 1937, com a decretação do Estado Novo, houve uma nova alteração no relacionamento de Chateaubriand e seus órgão da imprensa e o governo. Adaptando-se a nova realidade da política brasileira, *O Cruzeiro* abriu as suas páginas para a divulgação e feitos de Vargas e do regime ditatorial, transformando-se em um veículo de propaganda do Estado Novo.

Já em 1943, agora na direção de Frederico Chateaubriand, *O Cruzeiro* passou a vivenciar sua melhor fase, isso porque Freddy Chateaubriand contratou do fotógrafo francês Jean Mazon, alterando sensivelmente o aspecto editorial de *O Cruzeiro*, criando uma estética diferenciada a distribuição das fotos em suas páginas. Ao lado de David Nassr, que passou a fazer parte de *O Cruzeiro* pela indicação do próprio Manzon, a revista durante 15 anos esteve a frente das grandes reportagens passando a ser cargo chefe da revista. A dupla Manzon-Nassar foi apenas uma das aquisições feitas por Freddy Chateaubriand. Nelson Rodrigues, Franklin de Oliveira, Joel Silveira, Hélio Fernandes e Millôr Fernandes, passaram a ser alguns dos jornalistas contratados dos Diário Associados (VELASQUEZ, 2001, p.06).

Já em 1945, Chateaubriand e sua imprensa passou a apoiar a redemocratização do país, atacando, assim, Getúlio Vargas. A cobertura da deposição de Vargas, em outubro de 1945, ganhou considerável destaque em *O Cruzeiro*, contando com a reportagem de Manzon – Nasser sobre o último dia do presidente no Catete. Em sua campanha eleitoral, Chateaubriand passou a apoiar o candidato da União Democrática Nacional (UDN) brigadeiro Eduardo Gomos. Porém, as referências ao candidato do Partido Social Democrático (PSD), o general Dutra, foram bastante elogiosas. Desta maneira, general Dutra passou em janeiro de 1946, a ganhar as eleições e a revista *O Cruzeiro* passaram a apoiar o novo governo, sob o argumento de conciliação nacional. Durante a segunda metade da década de 1940 e nos anos de 1950 *O Cruzeiro* viveu seu momento de auge,

em que o sucesso de suas publicações passaram a ser medidos pela expansão de suas tiragens: duzentos mil exemplares em meados dos anos de 1950, em que seria mantido esse patamar até o início dos anos de 1960. Tal fato foi uma consequência da expansão do parque gráfico, onde a revista passou a comprar oito rotativas em cores e 12 impressoras, em 1946, dando suporte a um maior número de tiragens. O corpo jornalístico da revista também continuou a reunir um os melhores nomes da imprensa nacional.

Uma reportagem marco para a revista *O Cruzeiro* foi o suicídio de Getúlio Vargas, onde foi documentado como um furo de reportagem de Arlindo Silva, que estava no palacete do Catete e documentou em primeira mão. Nos anos que se seguiam a revista continuou pautando as oscilações políticas de seu proprietário, que passou a apoiar a candidatura de Juscelino Kubitschek a presidência da república em 1955. Os jornais e associados da rede *O Cruzeiro* mantiveram uma posição de apoio a posse de João Goulart, quando houve o episódio de renúncia de Jânio em agosto de 1961. Porém, o apoio de Chateaubriand ao novo presidente não durou muito tempo (VELASQUEZ, 2001, p. 06).

Nesse período, de 1951 e 1961, a revista passou por um período de decadência, em decorrência da crise financeira que o *Diário dos Associados* passou a vivenciar, em que houve uma busca de economizar na produção, substituindo as reportagens de grande relevância por matérias pagas, cada vez mais frequentes e visíveis. Em meados de 1960 a decadência de *O Cruzeiro* já era bastante visível, desde do governo de Juscelino Kubitschek, o *Diário dos Associados* já não possuem o financiamento dos cofres públicos; onde a concorrência passou a crescer vertiginosamente, tornando cada vez mais escassa a publicidade da revista. Com o falecimento de Chateaubriand, em 4 de abril de 1968, a crise em torno dos *Diário dos Associados* passou se ampliar, em que houve a necessidade da partilha do controle acionário das empresas entre 22 de seus auxiliares.

Nos anos de 1975 a revista *O Cruzeiro* para as suas publicações, e suas máquinas são vendidas. Após sua paralisação por quatro anos a revista ressurgiu em 1979, não tendo mais nada a ver com o *Diário dos Associados*, mas sim com seus novos próprios proprietários, Hélio Bianco e Joaquim José Freire Lagreca. Porém, a revista circulou por mais um ano, sofrendo com dificuldades financeiras, passando para as mãos da Editora Von Baumgarten Indústria e Comércio Ltda., com José de Anchieta Távora na direção. Pouco tempo depois ela foi comprada com A.A Editora Associados Ltda., tendo como diretor presidente Antônio Abissâmara. Entretanto, em 1981 finda a sua história na imprensa brasileira, deixando um legado de 53 anos na imprensa brasileira, entre altos e

baixos em suas finanças; acompanhando o cenário da política brasileira, sendo situação ou oposição, mas marcando a vida dos seus leitores sendo intitulado (e autointitulada) de revista que trazia a modernização.

Finalizado o apanhando sobre a revista *O Cruzeiro*, e sua história mais geral, irei agora, caro leitor, me deter sobre o contexto histórico com o qual a presente pesquisa pretende abordar, que é o recorte de 1928 a 1931. Levando em consideração o que estava acontecendo no meio político, econômico e cultural em pleno território brasileiro, questões que a revista tinha a preocupação de relatar em suas páginas. Desta forma, o próximo tópico que se seguirá nesta narrativa tem como o objetivo mostrar o panorama brasileiro no recorte temporal que a presente pesquisa pretende abordar, tendo como principal objetivo questões sobre o político o social e o econômico.

1.2 – Política, Eugenia e Modernização: Corpos e sensibilidades sendo ressignificada pelas representações da Revista *O Cruzeiro*

Falar da política brasileira nos anos de 1928 a 1931 é tratar de uma temática de inúmeros revezes. Isso porque, no final do século XIX e início do século XX, um fluxo mudanças chega ao Brasil. Segundo Sevcenko, (1998) tais mudanças que atingiram todos os níveis da experiência social, estimuladas, sobretudo, por um dinamismo na economia internacional. Sendo assim, os habitantes das metrópoles brasileiras, citando o exemplo do Rio de Janeiro e São Paulo, passam a conviver com novos contextos, que afetam desde a ordem social, até as noções de espaço e de tempo. Houve, então, um processo de transformação de hábitos cotidianos, onde modos de percepção, convicção, e reflexão puderam ser ressignificados. Desta forma, dá-se início ao processo do modernismo social, cultural e, por que não dizer, intelectual do Brasil.

Com a instauração da República no Brasil, nos finais do século XIX para início do século XX, mais precisamente no ano de 1889, conceitos, que vinham da Europa em sua maioria, como o caso da Inglaterra que já tinha vivido a experiência de duas Revoluções Industriais; e da França, que estava em pleno desenvolvimento do contexto moderno tanto no lado social como econômico, os ideais de civilização e progresso passaram a pairar na mente da elite intelectual brasileira. Passa-se a planejar, então, a formação de um país que

deveria adentrar ao novo, esquecendo-se do velho; um país, em suma, aos moldes europeus.

Sendo assim, impactados com o advento, em meados dos anos de 1870, pela chamada Segunda Revolução Industrial, também intitulada como Revolução Científico – Tecnológica, na Europa, com ênfase na Inglaterra, o Brasil, ou seja, a elite brasileira, sente a necessidade de caminhar aos moldes europeus no processo de civilização e modernidade do país. Segundo Sevcenko a “[...] Revolução Científico- Tecnológica se faz sentir na sua plenitude, alterando tanto os hábitos e costumes cotidianos quanto o ritmo intensidade dos transportes, comunicações e do trabalho [...] (SEVCENKO, 1998, p.11)”

Porém, a Europa estava a andar em passos largos, se compararmos com países como o Brasil, no que concerne a formação de uma sociedade moderna. Isso porque desde os fins do século XVIII a Europa passa a protagonizar a chamada Revolução Industrial, estreando um surto inaugural da economia industrializada, propiciando o surgimento das primeiras fábricas.

Em um momento seguinte à expansão da economia industrial, passou-se a desencadear a chamada Segunda Revolução Industrial, também chamada de Revolução Científico-Tecnológica, ocorrida em meados dos anos de 1870. Há, a partir de então, o avanço nas descobertas científicas possibilitando o desenvolvimento de novos potenciais energéticos. Outra questão de grande influência que veio com o advento da Segunda Revolução Industrial foi a consolidação da unidade global do mercado capitalista, possibilitando a expansão europeia de forma acelerada nas sociedades tradicionais, de economia agrícola, como é o caso do Brasil, transformando-as em sociedade de ritmos mais acelerados e dinâmicos.

No Brasil, o grande impacto da modernidade foi justamente a instauração da República. Entretanto, podia-se ver que esse movimento republicano possuía outro sentido, além da busca pelo moderno e o progresso. Grandes fazendeiros de café do Sudeste viam na República a chance da formação de sistema federalista, que pudesse assegurar-lhes o controle do poder econômico, podendo interferir no destino da nova ordem. Uma das medidas que primeiro foi tomada concernia na abertura da economia para os capitais estrangeiros, sobretudo os ingleses e americanos.

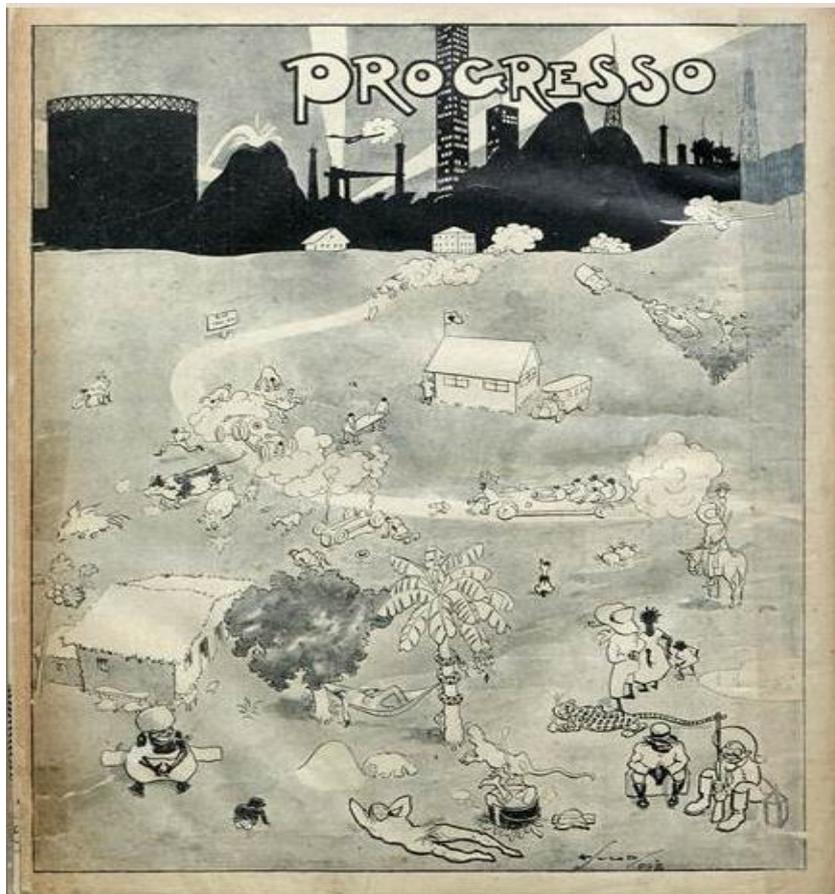
As cidades do Brasil, como a capital carioca Rio de Janeiro, passavam por transformações modernizadoras, sendo orientadas e moldadas pelos modelos parisienses

da *Belle Époque*, tendo por objetivo a construção de uma cidade moderna “para estrangeiro ver”, e que esses “estrangeiros” pudessem investir economicamente nas cidades brasileiras, servindo até “como uma forma de uma maior urbanidade. Onde a problemática dos “estrangeirismos” e “um país para estrangeiro ver” será tratado no tópico seguinte, em que irei explanar para leitor, tendo como palco principal os anúncios presentes na revista *O Cruzeiro*, como se procedeu a influência de países de fora; questão essas que estão não só vinculadas com o social, mas como o político e o econômico (SEVCENKO,1998, p. 15).

Sendo assim, havia a inclusão de avenidas, alargamentos de ruas e modernização das arquiteturas residenciais. A maior pretensão, neste momento, era de um Brasil urbano e moderno que a cada instante se colocasse como um país cosmopolita. As cidades do Brasil, como a capital do Rio de Janeiro – cenário que a Revista *Cruzeiro* tem sua criação -, passavam por transformações modernizadoras, orientadas por modelos parisienses da Belle Époque.

A capital do Rio de Janeiro mostrava-se como um eixo de irradiação e caixa de ressonância das transformações em marcha pelo mundo, sendo assim, um palco de visibilidade e atuação em território brasileiro. Desta maneira, essa “transformação” do cenário brasileiro tinha por objetivo fazer do país algo “para estrangeiro ver”, que fosse local de atratividade para investimentos nas metrópoles brasileiras, alavancando a modernização das mesmas. Com isso, houve a inclusão de avenidas, alargamento de ruas, e, até, modernização nas arquiteturas residenciais. Ou seja, a maior pretensão as elites intelectuais brasileiras, era dar ao Brasil a cara de um país urbano e moderno, ou melhor, cosmopolita.

Durante minhas pesquisas realizadas na Revista *Cruzeiro*, dos anos de 1928 a 1931, pude perceber o que significava essa mudança no cenário brasileiro. No primeiro exemplar da Revista *Cruzeiro*, datado do dia 10 de novembro de 1928, identifiquei uma imagem que passa a mostrar quais os propósitos dessa reforma estrutural e social a qual a nova elite intelectual do Brasil pretendia.

Figura 5: Progresso

Fonte: Progresso - Revista Cruzeiro, 10 de novembro d 1928

Desta maneira, pode-se perceber que há uma divisão entre o que se identificava como progresso, e o que significava ser o atraso: O progresso está representando pelo cenário onde há edifícios e estruturas arquitetônicas que podem ser consideradas como uma referência a industrialização; já o atraso é mostrando com as representações de pessoas da zona rural, com animais silvestres, remontando a questão da ruralidade. E na parte central da imagem vê-se que há pessoas que estão procurando sair desse cenário rural de atrasado e migrando para o cenário de progresso. Ou seja, há uma tentativa, demonstrada na imagem, de que as pessoas estavam procurando negar o seu passado de atraso, ruralização e buscando o progresso, ao qual o projeto modernizador pretendia. E fazendo uma análise mais crítica, pude perceber que a maioria dos “personagens” que estão na

zona rural, significando atraso, são de pele negra. Problematizando com a ideia de negação a tudo aquilo que remonta ao passado, assim como a herança escravocrata e imperial no Brasil, penso que isso seria uma forma de criticar esse modelo anterior vivido pela sociedade. E, além disso, faz pensar com aqueles de tonalidade de pele negra demonstrariam o atraso que o país acabou de sair e estava buscando sua negação.

Outra questão são os automóveis, símbolos de modernidade – como irá ser abordado no capítulo II da dissertação, em detrimento a sua importância e valorização do masculino – que, na imagem, está apressadamente saindo do meio rural (do atraso) e adentrando no meio urbano, onde, se o leitor prestar bem atenção do lado direito da imagem, há o que aparenta ser um “posto de saúde”. Simbolizando, ao que tudo indica, a representação de que a saúde, e sanitização do corpo, estava no caminho para a chegada ao progresso e a modernidade. Algo que irei tratar com mais afinco no capítulo III da dissertação, referente ao corpo e a face masculina.

Quem advinha da zona rural, precisava adaptar-se ao contexto moderno, não só nas suas formas de agir, como também em suas vestimentas. Assim como nos fala Sevcenko:

Se, como era o caso, muitos vinham de uma área rural, habituados a andar descalços, ou de ambientes rústicos que obrigassem ao uso da bota, ou ainda de atividades subalternas exercidas com tamancos ou chinelas, adaptar-se aos sapatos era um martírio[...] (SEVCENKO,1998, p. 19)

Com isso, vemos como, de forma lúdica, a imagem acima que também tem por característica estar localizada no primeiro exemplar da revista – conversa e faz interligação com as questões que irão ser abordadas nos capítulos que estão por vir.

Desta maneira, pensar no modernismo é considerar que se trata de “[...] uma perturbada e fugida resposta estética a condições de modernidade produzidas por um processo particular e modernização” (HARVEY, 1989, p.97).

Harvey, pensa na modernização como algo que passou a ser atrelado com o capitalismo, conseqüentemente o acumulo de dinheiro; era como se o ser moderno, inserido no contexto de modernização, tivesse que tomar para si o consumo e a obtenção de dinheiro como regra central para sua sobrevivência no contexto trazido pela modernidade. Entretanto, e paradoxalmente falando, apesar de estar inserido no contexto moderno pautado da coletividade o dinheiro “[...] unifica precisamente através da sua

capacidade de acomodar o individualismo, a alteridade e um extraordinária fragmentação social” (HARVEY, 1989, p.100). Apesar de trazer a união, em busca de bens de consumo, o dinheiro trouxe a separação e o individualismo.

Apropriando-se das considerações de Baudelaire, Harvey (1989) considera a modernidade como algo que é “[...] transitório, o fugido, o contingente; é uma metade da arte, sendo a outra o eterno e o imutável”. O efêmero, de certa maneira, passa a fazer parte da vida daqueles que passaram a conviver com as inconstâncias do moderno:

O ser moderno é encontrar-se num ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, transformação de si e do mundo – e, ao mesmo tempo, que ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos. Os ambientes e experiências modernos cruzam todas as fronteiras da geografia e etnicidade, da classe e da nacionalidade, da religião e da ideologia; nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une toda a humanidade (HARVEY, 1989, p.23).

Para Koselleck, “o conceito de modernidade existe ainda uma circunstância especial. Pois existe evidência linguística para a expressão ‘época moderna’ [*nue Zeit*] ou mesmo ‘tempo moderno’ [*Neuzeit*] deva designar um período de tempo fixo, a não ser que seja lido a luz do que se chamou o fim da modernidade” (KOSELLECK, 2006, p. 269). Sendo assim, para Koselleck o conceito de modernidade, visto através da expressão “tempo moderno”, na verdade apenas qualifica o tempo como novo, sem necessariamente informar ou se aprofundar no conteúdo histórico que se possui dentro da conceitualização de modernidade. Desta maneira, “o que já é característico da ‘modernidade’, existem cada vez mais tentativas de classificar as épocas pela estrutura organizativa espiritual, política, social ou econômica” (KOSELLECK, 2006, p.270)

Para exprimir de forma de maneira enfática suas próprias experiências como verdadeiramente novas havia muitas outras expressões à disposição, expressões que conseguiram se impor nos decênios em torno de 1800, ou as quais estavam associados novos sentidos: revolução progresso, desenvolvimento, crise, espírito do tempo- expressões que continham indicações temporais que, antes, nunca haviam existido dessa maneira” (KOSELLECK, 2006, p. 282).

Quando se pensa nos avanços e impactos que a modernidade teve para com aqueles que a recebiam, e sua conceitualização, automaticamente lembro-me da problematização trazida por Marshall Berman quando o mesmo se preocupa em trabalhar com a modernidade ressignificando o subjetivo das pessoas. Sendo assim, quando Berman traz

a ideia de modernidade, seus impactos para a sociedade internacionalmente penso que algo semelhante aconteceu no Brasil. Quando o autor nos fala que:

[...] tudo concebido e executado não apenas para atender as necessidades econômicas e políticas imediatas, mas, pelo menos com igual importância, para demonstrar ao mundo todo o que os homens modernos podem realizar e com a existência moderna pode ser imaginada e vivida. (BERMAN, 1987, p. 273)

A industrialização trazida pela influência de grandes metrópoles internacionais, como é o caso da Inglaterra, obteve impacto na sociedade e na estrutura da vida dos brasileiros do início do século XX. Como diria Renato Ortiz, “[...] fruto do desenvolvimento do capitalismo e da industrialização recente, ele aponta para um tipo de sociedade que outros países conheceram em momentos anteriores” (ORTIZ, 1985, p. 30)

Como o foco em questão era a busca de uma sociedade que pudesse ser chamada de moderna e que, caminhava rumo ao progresso. Muitas mudanças foram perceptíveis na estrutura da vida brasileira, como é o caso do movimento de urbanização do país, que antes se configurava em características agrárias. Pretendia-se tornar os centros populacionais brasileiros, como são os casos de São Paulo e Rio de Janeiro, em locais que aspirassem ar de modernidade e civilização. Essas ideias de progresso e modernidade eram modeladas a partir das concepções trazidas de metrópoles europeias, como é o caso da França e da Inglaterra, que desde muito antes já concebiam em suas interiores concepções tidas como modernas. É o que me faz lembrar as palavras de Marshall Berman, quando ele nos diz que a modernidade é

Para ser mais sucinta a discussão, é importante dizer que, e me fazendo valer do conceito de modernidade, para Rezende (1993), pode-se considerar que o mesmo “[...] aparece, inclusive, no baixo latim, com o sentido de recente, sentido que mantém na Idade Média, enquanto o antigo significava aquilo que pertencia a Antiguidade [...]”(REZENDE, 1993, p.). Desta maneira, o moderno tem o significado de novo, recente, de algo que não tem ligações com o passado, criando a diferenciação entre o novo e o velho. Já a modernidade é um momento de reflexão crítica que, (LEFEBVRE apud REZENDE; 1993) “manifesta-se há dezenas de anos, talvez há séculos, na busca constante pelo novo, penetrada por crises, danos e catástrofes”. O conceito de modernidade é o produto da reflexão sobre as contradições de transformações do moderno. O modernismo, então, será a consciência de si mesmo, com imagens de projeções de si, em que (LEFEBVRE apud REZENDE; 1993) “o modernismo é um fato

sociológico e ideológico”. Ou seja, o modernismo será um estado do sujeito em si, enquanto atuante no meio moderno. Já a modernidade se difere do modernismo ao passo que ambos se distinguem como reflexão diante dos fatos e como fenômenos de caráter social, respectivamente.

Um das consequências dessa nova ordem de modernidade que estava sendo vigente naquele momento, podem-se perceber a formação de discursos que diziam respeito a propostas ligadas ao progresso e civilização da sociedade brasileira. Uma civilidade, e um modelo de progresso, que muito se assemelhava – como foi citado anteriormente – a países como França e Paris, e até mesmo ao modelo norte americano, em se tratando dos costumes.

Sendo assim, a civilidade que se era pensada para a sociedade brasileira dita como moderna, seria aquela que tinha como principal objetivo o controle e o autocontrole; controle de si e do outro.

[...] o controle mais complexo e estável da conduta passou a ser cada vez mais instilado no indivíduo desde seus primeiros anos, como uma espécie de automatismo, uma autocompulsão a qual ele não poderia resistir, mesmo que desejasse. A teia de ações tornou-se tão complexa e extensa. O esforço necessário autocontrole consciente do indivíduo, um cego aparelho automático de autocontrole foi firmemente estabelecido (ELIAS, 2002, p.196).

Porém, como mostra Elias (2002) o autocontrole seria baseado “[...] de acordo com a função e a posição do indivíduo nessa cadeia [...]” (ELIAS, 2002, p. 197). Como fala Bruno (), tendo como base Elias “[...] a gênese da subjetividade pode ser traçada a partir de uma série de cuidados e controles do comportamento humano. Da conduta, do decoro corporal externo, das práticas de limpeza, de saúde e beleza que se constituem inicialmente numa estreita atenção com o olhar do outro (BRUNO, 2006 , p.56). A saúde e a limpeza, dando abertura para a questão da beleza, também são pontos que entraram em voga no discurso modernizador e civilizatório da sociedade brasileira. Porém, entrarei com mais afinco nesta discussão a seguir, quando me deterei a mostrar ao leitor como, e o porquê se processavam.

Como mostra Soares (2014) “[...] atingir certo grau de civilização estava dentre os objetivos da elite intelectual e política em relação a população que vagava pela cidade exalando odores nada agradáveis, causando repúdio, indignação, vergonha. Civiliza-se aprecia ser a palavra de ordem naquele momento” (SOARES JR, 2014, p. 111). Com isso,

o que estava sendo colocado em voga seria a disseminação de bons hábitos, atitudes bábaras ou incivilizadas deveriam ser combatidas. Mais a frente irei discutir a questão dos novos hábitos da sociedade brasileira, que estava atrelada à ideia de higienização e sanitização do povo brasileiro.

Imagem 6: Capa da Revista



Fonte: Revista O Cruzeiro – 29 de novembro de 1928

Ao observar a imagem da capa da Revista *O Cruzeiro* do exemplar de 29 de novembro de 1928, pude perceber como se deu a questão do progresso no país que estava a aspirar ares de patriotismo. Desta maneira, chamou-me a atenção o ato do beijo da moça da capa. Além de ser um modelo de estereótipo de beleza feminina para a época -loura de olhos claros e pele branca -, algo que irei tratar mais adiante nesse mesmo tópico quando me deterei a problematizar com as questões relacionadas a eugenia e “melhoria” da “raça” brasileira – o ato dela beijar a bandeira nacional, me fez pensar em como estavam sendo colocadas as próprias ideias relacionadas ao que seria ordem e do progresso para a concepção de um novo Brasil, e que tipo de pessoas eles queriam para formar aquela nova nação: dignas e amantes do seu país.

A partir das últimas décadas do século XIX, questões relacionadas ao novo, ao progresso, as rupturas e revoluções que poderiam fazer parte do panorama brasileiro, “[...] passaram a fazer parte não apenas do cotidiano dos agente sociais, mas, principalmente, a caracterizar o imaginário, o discurso intelectual e os projetos de intervenção junto a sociedade. (HERSCHMAN, 1994, p.14). Segundo Herschman (1994), “A palavra de ordem é sintonizar-se com a Europa, ou melhor, civilizar-se o mais rápido possível, de modo que o país pudesse, o quanto antes, competir no mercado internacional”. Desta forma, houve inúmeras inovações no campo da ciência aplicada, onde a ciência técnica passava a ser considerada crucial para o destino da nação.

Nesse frenesi de ser um país para estrangeiro ver, muitas foram as influências que o Brasil captou de outros países. Como venho relatando no decorrer da pesquisa, países como França e Inglaterra tiveram seus modelos como bases para a constituição não só política do Brasil, como também social e economicamente. Entretanto existiam outros modelos aos quais o Brasil passava a seguir. No caso, o modelo alemão. Além do modelo de vida implementado algumas marcas de produtos alemães, inclusive medicamentos, foram colocados para o uso dos brasileiros e a Revista *O Cruzeiro* trouxe em suas páginas:

Imagem 7: Cafiaspirina

Cruzeiro 27

Um substituto..?
— **Passo!**

Quem usa ou traz para casa um substituto, em vez da CAFIASPIRINA legitima, commette uma imprudencia que lhe pode sahir bem cara.

Por este motivo, toda a pessoa discreta e cuidadosa, nega-se a receber productos suspeitos, e exige sempre a nobre e excellente

CAFIASPIRINA

E' o unico preparado que se pode administrar com plena confiança a qualquer pessoa da familia, pois dá sempre allivio e nunca ataca o coração nem os rins.

“isto sim”!

Dôres de cabeça, dentes e ouvido; nevralgias e cólicas menstruaes; consequencias de noites perdidas, abusos al-coolicos, etc.

BAYER

Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 01 de julho de 1929

Como mostrado na imagem a cima, o medicamento Cafiaspirina tem como sua fabricante a indústria BAYER de medicamentos. A Bayer foi – e ainda é – uma indústria do ramo de medicamentos de origem alemã, sendo considerada um das maiores indústrias do ramo não só na Alemanha, como em todo o mundo chegando até o Brasil. Tendo seu início nos finais do século XIX e início do século XX, a Bayer foi um projeto encabeçado pelos empresários **Friedrich Bayer** e tintureiro **Johann Friedrich Weskott**. Sendo um medicamento para a família a Cafiaspirina relata em seu anúncio que não havia a necessidade para um substituto, pois “[...] Quem usa ou traz para casa um substituto, em vez da Cafiaspirina legítima, commette uma imprudência que lhe pode sair bem casa” (REVISTA *O CRUZEIRO*, 1929, p. 10)

É também neste momento, que a os Estados Unidos passavam a ser uma potência mundial, onde fora responsável por uma forte influência industrial no Brasil. Sendo assim, os modelos de moda, higiene, estéticas – em sua maioria explanadas nas telas dos cinemas – tiveram como principal influência as formas norte americanas. Tinha -se em mente que a inspiração francesa teria sido mais forte no Brasil; porém “[...] uma outra forma de experimentar a modernidade, a americana, foi contemporânea a da capital europeia e permeou discussões de cunho mais político [...]” (ZICA, 2018, p. 653)

Figura 8: Sabão Aristolino



Fonte: Revista Cruzeiro - 8 de dezembro 1928

Como mostra o anúncio, presente na Revista *O Cruzeiro*, do dia 8 de dezembro de 1928, a presença da atriz norte americana Edna Murphy marca a presença significativa do modelo dos Estados Unidos no cotidiano dos brasileiro, onde o cinema veio colaborar de forma significativa no embasamento do mesmo. Sendo assim, atrelado com as ideias de higienização e desodorização do corpo, algo que irei tratar com mais afinco a seguir, o anúncio atenta para os benefícios da utilização do sabonete “Aristolino, pois ele serve para as “[...] moléstias da pelle, para barba, parar lavar a cabeça e eliminar

A modernidade veio para transformar desde uma rua ou avenida, como até mesmo os corpos e as percepções das pessoas; suas práticas, sua maneira de ser comportar com o mundo, a próprio forma do sujeito moderno ver o mundo que os cerca. Sendo assim, seria uma transformação radical de todo o mundo físico, moral e social ao qual o sujeito está inserido. O corpo do sujeito moderno passou a sofrer com essa busca pela modernidade. Assim como afirma Le Breton, “[...] o homem não está distinguido da trama comunitária e cósmica ao qual está inserido, mas, ao contrário, está misturado a multidão de seus semelhantes [...] (BRETON, 2002, p. 10), fazendo com que isso colabore para a formação de sua singularidade.

Houve, assim, uma transformação nas sensibilidades dos indivíduos que estavam inseridos nessa trama moderna. A experiência urbana passou a ser educadora dos sentidos e sensibilidades das pessoas, nela pode-se perceber marcos do moderno. A visão foi um dos sentidos mais aguçados pelos sujeitos modernos. Através da visão se passava personagens que circulavam pelos centros e pelas periferias das cidades; as transformações ocorridas no cenário urbano também foram capturadas pela visão dos transeuntes.

A audição também foi um sentido utilizado pelos indivíduos modernos. Os ruídos da cidade, pela vinda de automóveis e bondes, passaram a exigir um esforço para uma adaptação sensorial. Sendo assim, “[...]os olhos e os ouvidos se completavam na percepção de múltiplos estímulos que cresciam como e com a cidade (MORENO, SAGANTINI, 2002, p. 47).” Para Baudelaire, a modernidade seria “[...] como o ar é o dos pássaros, como a água, o dos peixes. Sua paixão é o desposar a multidão. Para o perfeito flâneurs, para o observador apaixonado, é um imenso júbilo fixar residência nos números, no ondulante, no movimento, no fugido e no infinito (BAUDALAIRE, 1864, p.34).” Porém, o indivíduo moderno precisará entender que ele está se inserindo em um universo dialético, tendo em sua composição a ideia de um contexto paradoxal, em uma espécie de jogo entre a criação e a destruição:

[...] não será capaz de criar nada a não ser que se prepare para deixar que tudo siga o seu próprio rumo, para aceitar o fato de que tudo quanto foi criado até agora – e, certamente, tudo quanto ele venha a criar no futuro – deve ser destruído, a fim de consolidar o caminho para mais criação. Essa dialética que o homem moderno deve apreender para viver e seguir caminhando; e é a dialética que em pouco tempo envolverá e impelirá a moderna economia, o Estado e a sociedade como um todo. (BERMAN, 2008, p. 20)

No curso do desenvolvimento das ciências, e no desenvolvimento de novos estudos na área da medicina, inéditas concepções sobre a saúde, sanitarismo e higiene passaram a integrar os conceitos de civilidade e progresso no século XX. As grandes concentrações e aglomerações de trabalhadores ou desocupados nas ruas, fazia com que houvesse maior número de habitações precárias com epidemias. Essas habitações precárias, becos passaram a ser lugar de visibilidade dos médicos sanitaristas, por serem considerados ambientes propícios a difusão de doenças e práticas denominadas de “promíscuas”.

Começa-se, então, uma política social em que intelectuais públicos, brancos e progressistas, passaram a implementar ações que foram influenciadas pela eugenia

brasileira, voltadas ao aperfeiçoamento da “raça. Com isso, concepções relacionadas a “miscigenação” e “degeneração” da raça brasileira foram combatidas pela elite de intelectuais e médicos e sanitaristas. A própria miscigenação foi vista como responsável pela degeneração do povo brasileiro. E essa degeneração, para a elite intelectual, não estava só na cor da pele, como também nos vícios e atitudes consideradas desviantes. Assim, as ciências sociais juntamente com as ciências naturais teriam que trabalhar em conjunto para combater esses comportamentos desviantes que denegriam toda a concepção do povo brasileiro.

As correntes de estudos sociais que mais se desenvolveram nesse momento da história da eugenia brasileira foram: o positivismo comtiano, darwinismo social spenceriano e a antropologia criminal lombrosiana. A sociedade brasileira de então, foi comparada a um corpo orgânico, com seu sistema celular e sua perfeita função. Com isso, o Brasil foi problematizado como um corpo doente que precisava ser, urgentemente, medicalizado, e é por isso que, naquele momento, as políticas modernizantes e de busca da civilização vigoraram com tanto valor.

Para Soares (2014) “O termo eugenia, originário de uma palavra grega que significava bem-nascido, foi definido por Francis Galton como uma ciência que objetivava a melhoria dos recursos humanos” (SOARES, 2014, p.98). Sendo assim, ser mestiço estava destinada ao desaparecimento, visto que o embranquecimento da “raça” seria aquilo a ser almejado. As ideias eugênicas passaram a ser a fazer parte dos temas culturais, onde o melhoramento da raça em encontros e conferências passaram a ser cada vez mais frequentes.

Desta maneira, para fazer minha problematização quanto ao que viria a ser, para os finais do século XIX e início dos XX, esse ideal de indivíduo moderno, lembro-me da discussão trazida do Jerry Dávila (2006), quanto a formação do “Homem Brasileiro”. Para a formação desse ideal de indivíduo moderno de brasileiro, os intelectuais da época valeram-se das concepções da eugenia. Sendo vista como responsável pela degeneração da “raça” brasileira, a miscigenação foi colocada de fora para a concepção do ideal de sujeito moderno; assim como o negro que foi retirado de todo esse panorama de formação, sendo responsabilização, também, por toda a parte ruim que o povo brasileiro carregava em sua herança. Desta maneira, o “Homem Brasileiro” seria aquele que possuía as seguintes características do branco cristão e moralmente civilizado.

Com a vinda das políticas modernizantes, de mudanças das estruturas espaciais e sócias, as ideias de formação de um homem genuinamente brasileiro que, lógico, precisava corresponder a certos padrões tidos como civilizados, moralmente éticos, sem vícios de más condutas, uma nova forma de pensar veio a permear a mente de muitos intelectuais brasileiros. Agora, a designação do pensamento nacional, na formação de uma sociedade nacionalizada não só estava nas mãos dos cientistas sociais; médicos e profissionais da área da medicina passaram a serem ativos na consciência dos comportamentos sociais que deviam ser adotados pela sociedade brasileira nesse contexto. As pessoas pobres e trabalhadoras foram sendo encaminhadas para os subúrbios, nas cidades metropolitanas, pois as áreas centrais se destinavam a pessoas de maior poder econômico.

É perceptível que as mudanças que estavam a ocorrer nas principais cidades brasileiras, como é o caso do Rio de Janeiro, ainda do século XIX, eram encabeçadas por higienistas e sanitaristas. A maior pretensão desse grupo de estudiosos era a associação dos problemas ocorridos socialmente, com os problemas de envolviam a saúde individual, como é o caso das constantes epidemias. As habitações populares passaram a ser o grande alvo de médicos sanitaristas, sendo considerados como ambiente propício para das doenças e práticas denominadas “promíscuas”.

Como resultado da influência médica no cotidiano dos indivíduos para o condicionamento moral e ético a ser adotado, têm-se a concepção de políticas higienista e sanitaristas, que não tinham só como intuito preservar a saúde corporal do indivíduo, como também os comportamentos que seriam colocados como aceitos e aqueles que se mostrariam avessos a todas essas concepções; ou seja, comportamentos que eram ditos como desviantes de uma sociedade moral, civilizada e moderna:

No empreendimento da regeneração física, intelectual e moral a que se dedicam os homens da ciência, nas primeiras décadas de século XX, não bastou ver, foi necessário registrar a realidade nua, crua, suja e triste, como também as intervenções por meio das quais se buscava reinventá-la (ROCHA, 2003, p. 185)

Tendo em vista toda essa questão da adaptação do indivíduo, e sua relação com a nova forma de vida e urbanizada, o seu corpo passa a ser constantemente autocondicionado; homens e mulheres passam a se vigiar (e porque não dizer, vigiar aqueles que o cercam) para evitar certos comportamentos que viessem a infligir esses padrões pré-estabelecidos. Sendo assim, “divulgar uma nova forma de conduzir a hígine

publica era reforçar as obrigações médicas, e, acima de tudo, conscientizar a população por meio de uma educação hígida” (SOARES JÚNIOR, 2014, p. 106).

A eugenia entrou no vocabulário dos médicos nesse momento, onde, como foi mostrando mais a cima, ela não entrava apenas para as interpretações concernentes a higiene, como também para avaliações psicológicas e biológicas dos indivíduos.

Desta maneira, o conceito de biopolítica trazido por Foucault, onde o corpo passa a ser considerado através de sua “[...] mecânica do ser vivo e como suporte dos processos biológicos: a proliferação, os nascimentos e mortalidade, o nível de saúde, a duração da vida, a longevidade, com todas as condições que podem fazê-los variar [...]” (FOUCAULT, 1988, p.152), pode ser aplicado para se entender essa forma de se ver enquanto indivíduo moderno. Essa vigilância passa está aplicada na saúde do indivíduo, como também na sua higiene, e nas novas formas de se relacionar com o seu corpo, o considerando como receptáculo de concepções do moderno.

A imprensa, como pude explicar no tópico anterior do presente capítulo, também teve uma importância relevante para a divulgação dos preceitos higienistas. O cuidado em formar uma cidade limpa e higienizada, que passariam a ter a consciência da importância de uma educação hígida, onde os pregos aos quais seus corpos estavam sendo submetidos eram cada vez mais evidentes. “Sair do estado da ignorância impeliria em adotar as práticas higiênicas propostas pelos médicos como forma de elevar o sentido da Pátria” (SOARES JÚNIOR, 2014, p.109).

Imagem 9: SIGNIFICATIVO – Dr. Belisário Pena

SIGNIFICATIVO



!

DR. BELISARIO PENNA
 Ilustre higienista brasileiro, Director Geral do Departamento Nacional da Saude Publica.

E' DE JUSTIÇA considerar-se o Dr. Belisario Penna a maior autoridade brasileira em materia de hygiene e saneamento. É, pois, muito significativo o texto de sua carta endereçada ao director do Moinho Inglez:

Da visita à Fabrica de Massas Alimenticias Aymoré Ltda. trouxe excelente impressão.

O aparelhamento é o mais moderno, o asseio completo, os processos de fabricação impecaveis, não somente no que respecta a tecnica, como a boa qualidade da materia prima empregada e a perfeita hygiene nas suas menores exigencias.

Percorri todos os pavimentos da grande fabrica, sem encontrar uma só moica, sem sentir pó.

Tratando-se de um alimento de primeira necessidade, e de uso tão espalhado quanto a massa de trigo, nas suas

Fonte: O Cruzeiro – 4 de abril de 1931

Como pode-se observar no anúncio do dia 4 de abril de 1931, onde afirma a competência do Dr. Belisário Penna como “a maior autoridade brasileira em matéria de hygiene e saneamento” (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p. 44), observei como a questão da sanitização da sociedade brasileira era imposta à risca. Afirmando que, o Dr. Belisário Penna havia feito uma vistoria na Fábrica de Massas Alimentícias Aymoré Ltda, em que o resultado foi excelente, pois “o aparelhamento é o mais moderno, o asseio completo, os processos de fabricações são impecáveis” (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p. 44). Além do incentivo para a industrialização no país, é perceptível como havia uma valorização com relação a hygiene do local.

Ainda me reportando ao conceito de biopolítica, e fazendo a problematização, tomando como base a implicação do capitalismo e a saúde, em detrimento da análise da imagem a cima, pode-se dizer que o [...] bio-poder, sem a menor dúvida, foi elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo, que só pôde ser garantido a custa da

inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio do ajustamento de fenômenos de população aos processos econômicos (FOUCAULT, 1988, p. 153)

Desta maneira, para finalizar o presente capítulo, analisando a revista *O Cruzeiro*, pude perceber como ela foi uma grande influenciadora nos comportamentos das pessoas que viviam esse novo contexto político e social. Não foi apenas uma revista de mero entretenimento, foi também uma veiculadora de saberes e ideias que passaram a permear todo um panorama brasileiro. Enfatizando tudo aquilo que ocorria não só no Brasil, como em todo o mundo e onde o se poderia influenciar a partir daí.

Pois nesse momento a sociedade brasileira estava ainda em um processo que colocava em divisão o moderno e o tradicional. Apesar de toda essa política que viesse a colocar o moderno em primeiro lugar, o tradicional ainda se fazia muito presente, nos fazendo crer que o passado monárquico ainda não estava desfeito. As políticas sanitaristas e higienizadoras nos mostram isso, quando percebemos esse autocontrole do comportamento e privação de certas atitudes que se faziam desviantes. Com isso, pude analisar que a modernidade, e suas eventuais consequências, nos mostram que os indivíduos passam a se colocar a serviço do seu próprio corpo, mostrando o caráter de uma sociedade que vivia aos ares da industrialidade.

CAPÍTULO II

UM HOMEM MODERNO TEM QUE SER ELEGANTE E FINO: A ESTÉTICA DA MODA MASCULINA NO SABER VESTIR-SE

Agora vou mudar minha conduta,
Eu vou pra luta pois eu quero me aprumar
Vou tratar você com a força bruta,
Pra poder me reabilitar
Pois esta vida não está sopa e eu pergunto: com que
roupa?

Com que roupa eu vou pro samba que você me
convidou?
Com que roupa que eu vou pro samba que você me
convidou?
Agora, eu não ando mais faguerio,
Pois o dinheiro não é fácil de ganhar

Mesmo eu sendo um cabra trapaceiro,
Não consigo ter nem pra gastar
Eu já corri de vento em popa, mas agora com que
roupa?
(Noel Rosa- Com que Roupa?)

2.1 - Concepções acerca do que viria a ser um homem belo, bem vestido e moderno

Fica claro através dos versos da canção “Com que roupa?” do cantor Noel Rosa que os homens do período passaram a atribuir a vestimenta um lugar de importância para a construção de sua identidade, enquanto ser masculino dotado de toda uma significação voltada ao viril e ao reforço de sua masculinidade. Apesar de belo, esses homens não poderiam esquecer de mostrar sua masculinidade e virilidade através de seus gestos.

Sendo assim, o segundo capítulo deste trabalho discute a questão da vestimenta masculina, e de como, de forma sutil ou deliberada, o vestuário passou a fazer parte da estética masculina; levando em consideração a polarização em torno de dois estereótipos masculinos para os quais as fontes apontaram: o almofadinha (herdeiro do dândi do século XIX), e o militar. Não apenas os discursos e narrativas voltadas a compra de roupas,

chapéus e calçados presentes na *Revista O Cruzeiro* tiveram importância na fabricação de um ideal de vestimenta masculina, mas também o cinema colaborou de forma significativa na demonstração de algo que não seria apenas belo, como também viril. Os gestos, as falas, a linguagem corporal que atores demonstram em seus corpos, passaram a significar um novo modelo de estética masculina. Sendo assim, será tratado neste capítulo a perspectiva da indústria cinematográfica como formadora do modelo de estética masculina.

Voltando à música de Noel Rosa para que, logo em seguida, possamos adentrar nos anúncios e discursos presentes na *Revista O Cruzeiro*, concernentes à moda, percebe-se que este homem não está apenas preocupado com a vestimenta enquanto algo que apenas cobre seu corpo. A canção do Noel demonstra esse apreço por uma bela roupa como algo fundamental para esse modelo de masculinidade que o eu-lírico da música representa. Ao ouvir os versos declamados pelo leitor, compreende-se que nele havia um homem que desejava uma mudança. Mudança essa que estava pautada na entrada no mercado de trabalho para que ele pudesse se “aprumar”. Agora, esse homem busca o seu dinheiro algo que, como ele constata “não é fácil de ganhar”, algo que já mencionei no capítulo anterior e a vinda do capitalismo, e necessidade de consumo, advindo da modernidade. A tentativa agora é sair da “vida de trapaceiro”, e ser trabalhador e honesto; capaz de comprar uma roupa digna, para ir ao samba que sua bela dama o convidou.

Porém, é importante ressaltar que essa mudança viria das exigências atribuídas aos homens naquele período, como o leitor irá perceber no decorrer da narrativa do presente capítulo. Em que a vestimenta não só teria a função de cobrir seu corpo, como também seria um marcador social de que classe determinado homem pertencia, com o uso de certo tipo de vestimenta. É pensar na vestimenta como uma compositora desse ideal utópico, através da estética, que o mundo moderno quis trazer. Sendo a indumentária “[...] parte importante da sociedade brasileira; por meio dela era possível identificar o papel de cada indivíduo na complexa cadeia de relações sociais” (RASPANTI, 2014, p.187).

Sendo assim, “ser homem implica um trabalho, um esforço que não parece ser exigido das mulheres.” (BADINTER, 1993 p. 06) É uma masculinidade que precisa ser conquistada, e essa conquista precisa vir com um alto preço. Segundo Bandinter, “a virilidade então é dada da saída. Deve ser construída, digamos ‘fabricada’. O homem é, portanto, um espécie de artefato e, como tal, corre sempre o risco de apresentar defeito.” (BANDINTER, 1993, p. 27) Desta forma, pensamos: que defeito seria esse ao qual o

homem moderno poderia estar sujeito, caso sua masculinidade fosse posta à prova, pela falta de reforço da sua masculinidade? É, então, quando se constata que esse “defeito” seria, justamente, o medo vinculado à uma feminilização de sua imagem.

Levando em consideração uma ruptura que houve, nesse momento, entre a cultura masculina dos homens oitocentistas – ou seja, homens que conviveram com a monarquia – e esses novos modelos de masculinidades que estavam a surgir – que estaria em voga a construção e efetivação de um modelo de masculinidade moderna – pode-se perceber construções de masculinidade em que [...] os tipos de identidade cultural e prática social que pareciam marcar o masculino naquela ambiência: personalidades masculinas que pareciam se construir marcadas pelo conflito entre mudanças e permanências de determinadas antigas formas de ser e se perceber como homem (ZICA, 2014, p.109).

Pensar e problematizar o masculino também é envolver o feminino nas tramas da formação da masculinidade. Desta maneira, a *Revista O Cruzeiro* passou a trazer em suas páginas o vínculo do masculino com o feminino partindo de uma ótica voltada ao moderno e ao progresso.

A *Revista O Cruzeiro* passou a trazer em suas páginas matérias e colunas referentes às mudanças ocorridas no Brasil que priorizavam as ideias modernizantes. Isso porque, a Revista se caracterizava em ser um meio de ser porta voz de uma nova ordem social: a modernidade nacional, inspirada nas concepções norte americanas.

Nas páginas dedicadas as “Caricaturas de Estrangeiros” - a *Revista O Cruzeiro*, por seu caráter cosmopolita e por abordar vários temas não só relacionados ao contexto brasileiro como, também, ao contexto mundial, dispunha de uma página que se dedicava às críticas e evidências sobre os impactos do moderno vindo de exterior. De como, de forma crítica e bem-humorada, o povo brasileiro estava lidando com as mudanças políticas, sociais e econômicas no Brasil - pode-se perceber, de forma satírica, as referências sobre os ideais modernos implementados no seio da sociedade brasileira, concernentes aos propósitos de modernidade e progresso, sendo construídos através de uma ótica que viria do estrangeiro e como o povo brasileiro passou a assimilar tais questões em seu cotidiano, e o choque entre o tradicional e o moderno sendo colocados através de desenhos que tinham como intenção alegrar os leitores da revista.

Figura 10: Caricaturas do Estrangeiro



Fonte: Revista O Cruzeiro – 5 de abril de 1930

No diálogo presente na charge acima, datado do dia 5 de abril de 1930, pode-se perceber as seguintes questões: a agressão ao feminino, e o reforço da masculinidade através da força física. Sendo assim, a mulher representada na imagem passou a “estranhar” os maus tratos que seu marido, após o casamento, passou a tratá-la, afirmando que antes de casar-se, quando eram noivos isso não acontecia. O marido, de forma truculenta, a responde: “Pois não mudei tanto. Agora atiro-te as mãos”. Vejamos como o feminino é retratado, algo que se diferencia bruscamente do masculino: o feminino como mãe e dona de casa, e o masculino como aquele que sai, bebe e agride a sua mulher. A figura da mulher, na função da esposa ia muito além no enlace conjugal. A esposa “(...) servia-lhe, muitas vezes, como o ostensório de seu poder e honra” (SANT’ANNA, 2013, p. 251).

Para Le Rider, a tarefa do feminino passou a acompanhar a crise da sociedade moderna de um ponto de vista sociopolítico. As mulheres passaram a “(...) assentar as bases da civilização ao defender os valores do amor e da sensualidade, mas logo se mostravam um obstáculo para o progresso da cultura quando este último ultrapassou o

simples interesse da família e da sexualidade” (LE RIDER, 1993, p. 199). Desta maneira, seria importante, para o homem, manter as rédeas com relação a sua esposa, ou a qualquer figura masculina que estivesse ligado a ele. Isso porque, “Quando as tendências sexuais diretas dominam o comportamento individual, estas desagregam toda a forma de massa” (LE RIDER, 1993, p. 199).

Sendo assim, a esposa servia-lhe como ostentação de poder, força e honra, além de mantenedora da união do casal. Além de não temer os desafios impostos pelas asperezas da vida, era preciso mostrar-se ativo sexualmente com as mulheres. E, em função disso, a figura do gênero masculino republicano floresceu com brio e garbo, sobre o fio da navalha e temores nem sempre visto aos olhos. Sendo assim, a figura do feminino está vinculada para um homem com a ideia de submissão. Para Bourdieu:

Esses esquemas de pensamento, de aplicação universal, registram como que as diferenças de natureza, inscritas na objetividade, das variações e dos traços distintivos (por exemplo em matéria corporal) que eles contribuem para fazer existir, ao mesmo tempo que as “neutralizam”, inscrevendo –as em sistemas de diferenças, todas igualmente naturais na aparências (BOURDIEU, 1993, p.20).

Pensando sobre uma perspectiva e uma ótica voltada para a virilidade e “força bruta”, pus-me a pensar no contexto rural, que, neste momento, era motivo de vergonha e negação. Sendo assim, todo um conjunto de significantes e significados que passassem a ressaltar todos aqueles modelos de outrora – como o colonial, o tradicional e o rústico, era colocado contrário a nova identidade moderna que se pretendia chegar. As gerações mais novas passaram a se mostrar contrárias a todo aquele passado imperialista. Advindos das nossas correntes de pensamentos do exterior, “(...) a palavra de ordem passa a ser revolucionar a realidade do país, seja em seus aspectos políticos, seja em seus aspectos culturais, técnicos e artístico.” (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2013, P.55)

Utilizando-se de Freyre, Albuquerque mostra que

[...] a Primeira República podia ser vista como momento em que os brasileiros de classe dominante acentuaram o empenho e a disposição de se parecerem mais com seus contemporâneos de países tecnicamente mais adiantados do que com seus pais e avós, do tempo do Império. Há uma valorização crescente do que era novo, moderno e um abandono e até desrespeito pelo velho e tradicional. (ALBUQUERQUE JR, 2013, p.53)

Com isso, houve a ida de muitos rapazes para estudar nas escolas técnicas americanas, mostrando a preocupação com uma educação condizente com a realidade social que passou a se instaurar o Brasil, com suas políticas modernizantes. A realidade daquele momento era do se adaptar-se a uma economia assentada na questão industrial, no trabalho assalariado. Sendo assim, fez-se a decadência dos velhos patriarcas donos de engenhos, para, então, no começo do século chegar ao Brasil a figura dos bacharéis, substituindo a administração pública.

Porém, “o bacharelismo era mais uma forma de desvirilização” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p.57) do masculino. Para ser homem de verdade seria necessário apreciar “uma boa pinga, um bom cavalo, uma boa briga de galo e uma boa mulata.”(ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p.58). O bacharel, ou o homem das letras, era visto como homem frágil e não muito adaptado com as práticas viris. Desta forma, estes homens viviam dentro dos seus quartos em seus escritórios, em um mundo pautado em suas imaginações e alheios, muitas vezes, as suas realidades. Começa-se, então, o medo da falta de virilidade; de uma masculinidade que, em alguns casos, poderia parecer falsa e contrária ao que se pregava naquele momento. “A bebedeira, a algazarra, as rixas são signos de uma masculinidade desenfreada e são toleradas em certa medida, pois deve-se desculpar os ímpetos, a inexperiência e a ansiedade da juventude” (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2013, p.58).

Uma figura masculina com o qual passava a chamar atenção das moças citadinas, e que, em alguns pontos assemelha-se ao bacharel, é justamente o “almofadinha”. Segundo Soares, o almofadinha era “dono de porte airoso, passo leve e firme, bastante inteligente, ânimo varonil, educado, gentil, galanteador, quase nunca se revolta, sabe se portar nos lugares como verdadeiro cavalheiro” (SOARES JÚNIOR, 2014, p.42). Este modelo de homem era aquele que se mostrava apto a comprar as roupas vinculadas à sedução; aquelas que estavam na moda.

Com porte galanteador saíam às ruas para “(...) admirar as moças que surgem penteadas e ruborizadas nas janelas de suas casas, dar-lhes flores quando acometidos de desejo e encanto” (SOARES JÚNIOR, 2014, p.43). Esses homens passam a ter a sua disposição produtos que possibilitavam a ostentação que sua competência os direciona. A redefinição dos espaços urbanos passou a estabelecer algumas zonas de consumo, principalmente nos grandes centros urbanos.

Figura 11: : Edição de Luxo



Fonte: Revista *Cruzeiro*, 19 de janeiro de 1929

Analisando a imagem acima, pode-se perceber a presença de dois homens e uma mulher, onde a mesma estava a se deslumbrar com produtos, que ao que aparenta são livros, que conseqüentemente vieram do moderno, em que o consumo de bens é uma das políticas colocadas por essa sociedade – lembrando daquilo que foi tratado no capítulo anterior. O que me chamou atenção são as roupas dos cavalheiros que estavam a vislumbrar a beleza da jovem senhoria. Sua vestimenta é composta por: terno, gravata e chapéus. Logo abaixo, pode-se ver os dizerem: “Edição de Luxo – Encadernação em pelle.”

Tomando como questão as representações da estética masculina na revista o *Cruzeiro*, analiso que, além da vestimenta dos homens, como pelos dizeres situados abaixo da imagem, a revista tem um público leitor alvo: a elite. Ou, talvez, uma nova elite impulsionada pela ideia de consumismo, e advento do capitalismo. Como evidenciei nas problematizações referentes a música de Noel Rosa, a roupa não é apenas um artefato de recobre o corpo, ela é considerada como forma de situar aquele que está a vestindo. “A indumentaria, na verdade, fazia parte de uma série de normas e exigências a que os homens, principalmente da elite, eram submetidos para serem respeitados pelos os cercavam” (RASPANTI, 2014, p.191).

O almofadinha estava imerso nesse mundo da elite, onde a exibição de sua vestimenta seria necessário para o inserir nesse contexto daqueles que conviviam com o caráter ilusório do capitalismo, com a vinda da modernidade e exacerbado consumo. Nota-se que almofadinha é o modelo de homem herdeiro das qualidades daquele chamado por Baudalaire como o dândi. Apesar de tratar de um recorte temporal diferenciado, finais do século XIX e início do século XX, percebo como Charles Baudalaire em sua obra “*O Pintor da Vida Moderna*” (1863) ao observar a cidade de Paris e sua movimentação em torno das mudanças concernentes a modernidade, passaram a notar um modelo masculino que se destacava perante a multidão de transeuntes que perpassavam a metrópole francesa.

O homem rico, dedicado ao ócio e que, mesmo aparentando indiferença, não tem outra ocupação que a de correr no encaço da felicidade; o homem criado no luxo e acostumado, desde da juventude, a ser obedecido, aquele, enfim, que não tem outra profissão se não a da elegância, gozará sempre, em todas as épocas, de uma fisionomia diferente, inteiramente a parte. O dandismo é uma instituição vaga, tão bizarra quanto o duelo (...)” (BAUDALAIRE, 1863, p. 63)

Segundo Baudalaire, esses “(...) seres que não tem outra ocupação a não ser cultivar a ideia do belo em sua pessoa, e satisfazer as suas paixões (...)” (BAUDALAIRE, 1863, p.62). O dândi é um modelo masculino que tem por objetivo se entregar as paixões, e essas paixões só lhe são possíveis graças ao dinheiro. Munido de um espírito aristocrático superior, o dândi possuía em seu interior uma perspectiva que seria voltada para a distinção.

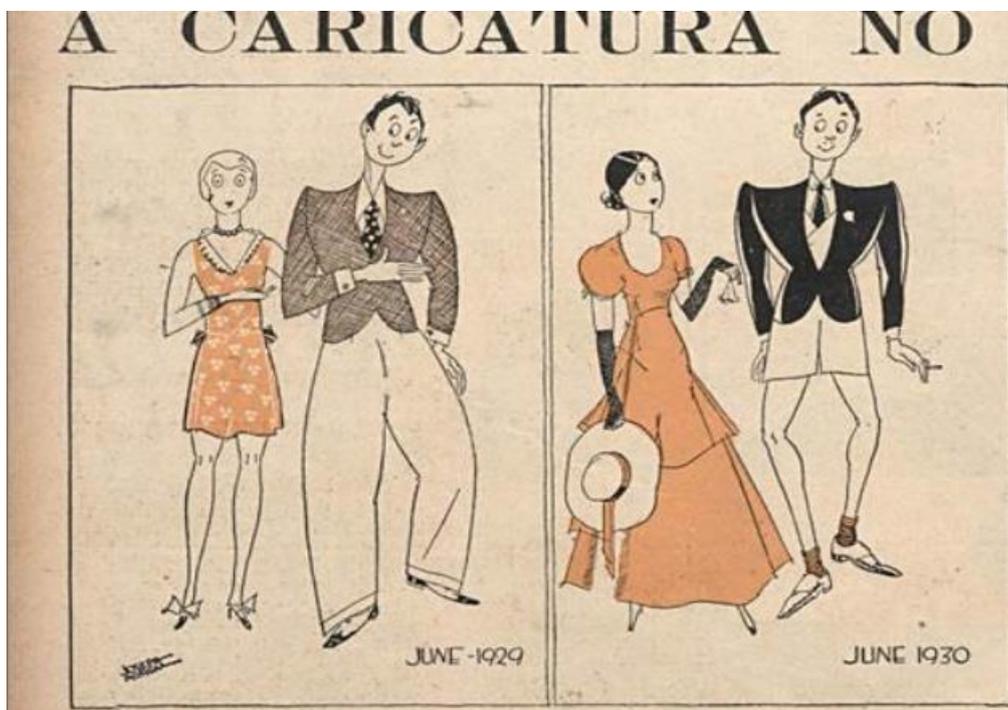
É, antes de tudo, a necessidade ardente de se prover, dentro dos limites exteriores das conveniências, de uma certa originalidade. É uma espécie de culto a si mesmo, que pode sobreviver a busca da felicidade a ser encontrada em outrem, na mulher, por exemplo; que pode sobreviver até mesmo a tudo aquilo que se chama de ilusão. (BAUDALAIRE, 1863, p.63)

O “culto a si” a que a citação acima nos retoma, possibilita a problematização no que tange o pensamento de Foucault, concernente ao cuidado de si. Sendo assim, atribuindo um olhar para os seu estou ao observar os pensamentos e perspectivas da sociedade grega antiga, Foucault nos mostra que o cuidado de si é “[...] um privilégio –dever, um dom-obrigação que nos assegura a liberdade obrigando-nos a tomar-nos nós próprios como objeto de toda a nossa aplicação” (FOUCAULT, 2006, p.53).

Considerando a perspectiva do cuidado de si em Foucault, em detrimento do “culto a si” com o qual Baudalaire se faz valer, ao tratar do dândi, pode-se perceber que esse modelo de homem dandesco tem a ver, também, com a forma com a qual ele se relaciona com o mundo. Foi um homem, que diante do mundo moderno a ele disposto, quis preocupar consigo movido por ideias e concepções que o influenciava interna e externamente.

Vigarello (2006) mostra que a concepção do que é ser um dândi nasce na Inglaterra do fim do século XVIII, que nasce a partir de uma concepção de igualdade prometida pela nova sociedade burguesa alemã. Assim, há a demonstração de que esse modelo de masculino seria aquele que está munido de elegância. Desta maneira o dândi passava a “[...]cultivar a ideia de beleza de sua pessoa, transformando em verdadeiro ofício a arte de se mostrar [...]” (VIGARALLO, 2006, p.115). O modelo do dândi “[...] é uma figura emblemática no universo de início do século XIX: modelo de beleza masculina que combina força, delicadeza, vigor e fragilidade (VIGARELLO, 2006, p.116)

Figura 12: Caricaturas do Estrangeiro



Fonte: *Revista O Cruzeiro* - 02 de agosto de 1930

Na figura 3 pode-se perceber uma certa crítica relacionada a vestimenta do homem e da mulher: No primeiro quadro a imagem, referente ao ano de 1929, traz a roupa da mulher mais curta e a do homem mais “composta”; já no segundo, referente ao ano de 1930, quadrinho pode-se perceber o inverso, o homem com as roupas, as calças mais curtas e a mulher com um vestido mais longo. Ou seja, já uma crítica relacionada ao tamanho das roupas do homem e da mulher, onde podemos pensar no medo atribuído a feminização do masculino. O que também poder ser relacionado com as oscilações que homens e mulheres estavam passando com relação a moda; a velocidade dos acontecimentos e a própria ideia que possuíam sobre a mesma.

Isso se dá pelo fato de que se acreditava que, na passagem do século XIX para início do século XX, as comodidades trazidas pelos avanços da indústria, advindos pelo advento da Revolução Técnico – Científica que passaram a instituir um encadeamento de novas tecnologias que tornaram, sob a ótica das concepções modernas, consequentemente, dos industriais, a vida do cidadão citadino mais confortável e prática, poderiam pôr em cheque a virilidade no homem moderno. Desta maneira, a experiência de viver nos grandes centros urbanos, como foi o caso do Rio de Janeiro, cidade sede da *Revista O Cruzeiro*, passaram a trazer ares de modernidade com os novos fluxos energéticos marcados pela presença de novas técnicas alteraram drasticamente a sensibilidade dos habitantes das cidades modernas.

Isso se dá diante da imagem atrelada ao homem do campo, que passa a ser considerado como o atraso da sociedade brasileira, ao mesmo tempo em que os senhores do meio urbano pareciam destituídos de seu poder de coragem. A busca pela virilidade era traduzida através da potência sexual e capacidade reprodutiva do homem. Falhar na atividade sexual, seria motivo de pôr à prova a virilidade do homem. Entretanto, não irei me prolongar nesta problematização neste capítulo, deixarei esse momento para o capítulo III, onde passarei a tratar de forma mais esmiuçada o corpo masculino e sua capacidade voltada ao viril, e ao ato sexual.

O belo homem deveria sempre primar pela coragem por meio da força física, voz imponente e sua potência sexual, não só no seio rural como, também, no meio urbano – cenário privilegiado pela *Revista O Cruzeiro*. A passagem da vida rural para a vida urbana levantou suspeita quanto a masculinidade dos homens do período analisado.

Sevcenko nos mostra que as mudanças que passaram a permear o cenário brasileiro, na virada do século XIX para o século XX, afetaram:

[...]desde da ordem e as hierarquias sociais até as noções de tempo e espalho das pessoas, seus modos de perceber os objetos ao seu redor, de reagir a estímulos luminosos, a maneira de organizar suas afeições e de sentir a proximidade ou o alheamento de outros seres humanos. (SEVCENKO, 1993, p.15)

A Segunda Revolução Industrial se caracteriza em ser um momento de descobertas científicas, que possibilitou, assim, o desenvolvimento de novos potenciais energéticos, como a eletricidade, dando origem a novos campos de exploração industrial, como os fornos industriais, novos ramos metalúrgicos, desenvolvimento da microbiologia, bacteriologia, na medicina, higiene e profilaxia de doenças.

Os meios de transporte, como a exemplo do automóvel, passaram a fazer parte do cotidiano do homem citadino e moderno, sendo ele um dos avanços que a modernidade trouxe para o cotidiano dos homens modernos. Sendo assim, o automóvel passou a ser uma inovação que o contexto moderno traria e que, de certa forma, colaborou para uma transformação da vaidade masculina. Ao que tudo indica o automóvel passou a ser um emblema de poder e força, indispensável para atrair as mulheres. O carro permite multiplicar as oportunidades de contato e convívio de uma companhia feminina. Começa-se, então, o desejo de ter carros; trocar carros; desejar o carro alheio. A publicidade se favorecerá da figura feminina para fermentar esse potencial erótico associado aos automóveis e passaria a explorá-lo ao extremo.

Figura 13: Nash '400"

O MUNDO TEM FINALMENTE O AUTOMÓVEL IDEAL

TODAS as pessoas que conduzem o novo automóvel Nash, das séries "400", provido com "Ignição Dupla" verificam imediatamente a sua superioridade sobre os carros munidos com os antigos tipos de motores.

Os carros Nash da nova série são mais potentes, desenvolvem maior velocidade, e seu esmerado acabamento assegura ao possuidor um funcionamento perfeito e incomparável durabilidade.

A Nash conseguiu realizar um grande motor, de alta compressão, e isso sem que o consumo se tornasse mais dispendioso. Nash resolveu o problema da máxima potência com o menor consumo.

A Nash aperfeiçoou em bases inteiramente novas a construção de motores e hoje os que são providos com "Ignição Dupla", os mais modernos motores de alta compressão, são os Nash das séries "400", modelos *Advanced Six* e *Special Six*. A sua rápida aceleração na

mais alta velocidade, em qualquer ponto intermediário, em segunda ou terceira velocidade é sempre suave e silenciosa, com uma potência de reserva que é realmente surpreendente.

Nos stands da COMPANHIA COMMERCIAL E MARÍTIMA, representante geral para o Brasil, encontrará em qualquer momento os carros Nash dos últimos modelos, com todos os mais modernos aperfeiçoamentos.

1 a 7, RUA DOS BENEDICTINOS
RIO DE JANEIRO

AS NOVAS "NASH" SÉRIE

Fonte: Revista *Cruzeiro* - 01 de novembro 1928

Já na figura 4, referente aos automóveis "Nash 400" vemos que sua narrativa traz as palavras: "superioridade", "potentes" "velocidade" e "motores modernos". Quando se fala em "superioridade" e potência, pode-se identificar o traço do masculino de se preocupar sempre em se manter "por cima"; aquele que tudo pode; aquele que sempre se mantém forte e viril; potencialmente apto no quesito sexual.

Com relação às palavras "velocidade" e "motores modernos", vemos que o anúncio refere-se a questões típicas e vinculadas à narrativa moderna. Ou seja, a narrativa trazida pela publicidade das fábricas "Nash" vincula o discurso moderno ao imaginário simbólico associado à masculinidade. Desta maneira, o automóvel era um instrumento do moderno que fazia parte do sonho de consumo do homem moderno. Ter um automóvel [...] seria como morar com a mulher e ter a amante sempre ao lado." (SEVCENKO, 1993, p, 559)

Figura 14: Oleo Lubrificante Swastika



Fonte: Revista O Cruzeiro - 27 de dezembro de 1930

A narrativa que acompanha a imagem do anúncio da Revista O Cruzeiro, diz que:

Certamente V.S. deseja economizar em 1931. Por que não inicial-o reduzindo o custo da manutenção de seu automóvel, usando um óleo lubrificante cujas qualidades concorram sobremodo para a durabilidade do motor? Entre o ANNO NOVO com o pé direito usando Swastika – o óleo inigualável. FELIZ 1931 (REVISTA O CRUZEIRO, 1930).

E ainda prossegue, abaixo do símbolo que representa a suástica, que, muito provavelmente, intencionalmente, é nomeada o óleo lubrificante “Swastika”: “SYMBOLO DA BOA SÔRTE”. Indicando, assim, que tipo de masculinidade e perspectiva social estava a se instaurar na virada dos anos de 1930 e 1931. Uma ótica que estava sendo voltada ao militarismo influenciado pelas ideias alemãs e nazistas. Ou seja, há um apelo ao militarismo nazista, e suas influências, principalmente nos anos de 1930, momento em que o Brasil passava por mudanças advindas pela Revolução de 1930, onde quem assumiu o governo do país foi Getúlio Vargas.

Dentro desta perspectiva, entre 1889 e 1930 o Brasil vivia o que ficou-se conhecido como República Velha, “marcada pela presença das oligarquias regionais e pela fraqueza de um poder central. E a crise desta estrutura política, econômica, social e

cultural que marcaria a vida brasileira durante a década de 1920, que culminaria na Revolução de 1930” (HERSHMAN, 1994, p. 10). Desta maneira, a Revolução de 1930 tem sido objeto de inúmeras interpretações, tanto no campo historiográfico, político e sociológico, “[...] o tema tem os que desejam enfatizar as transformações ocorridas na sociedade e no Estado brasileiro após a ascensão do novo grupo político ao poder [...]” (GOMES; OLIVEIRA; WHATELY, 19, p.35).

Sendo assim, prossigo a análise das fontes da *Revista O Cruzeiro* sobre o que ela vem trazendo sobre a figura do militar, a representatividade do masculino militar presente na *Revista O Cruzeiro*. Ainda me fazendo valer das narrativas trazidas por Baudelaire em “*O Pintor da vida moderna*” no qual ele passou a analisar as pinturas feitas por um artista, no qual não há a menção de seu nome só, apenas, o intitula como Sr.C.G, e suas impressões sobre a modernidade e todos os agentes que nela estavam atuando.

Novamente me reportando a Baudelaire, fazendo ressalvas a questão de que o mesmo trata de um contexto anterior tratado por mim, percebo como o autor concebe a figura do militar presente nas obras do Sr.C.G. Sendo assim, percebe uma

[...] predileção muito acentuada pelo militar, pelo soldado, afeição, acredito, que provém não apenas das virtudes e das qualidades que, originando-se na alma do guerreiro, transparecem forçosamente em sua atitude e em seu rosto, mas também do adereço vistoso com que a profissão o recobre. (BAUDALAIRE,1863, p.60)

O Militar, como mostra Baudelaire é “(...) considerado de maneira geral, tem sua beleza, como o dândi e a mulher galante tem a sua, de um gosto essencialmente diferente” (BAUDALAIRE, 1863, p.59). Sendo assim, a beleza do militar seria algo que estivesse ligada ao lugar em que ele passou a ocupar, mostrando altivez e audácia; sempre preparado para morrer. O perfil no militar seria, justamente, aquele que traria em suas roupas, seus gestos e seu comportamento os específicos traços da virilidade. Uma virilidade que “(...) não eram dados pela natureza, mas produzidos por um contexto cultural, social e político(...) (BAUBÉROT, 2014, p. 213)

Como já falado anteriormente, mais precisamente no capítulo primeiro, a *Revista O Cruzeiro* não só foi referência no que tange a cobertura de temas relacionados à elite, como também a tudo que relacionasse a pensamentos políticos, sociais, econômicos e religiosos que eram propagados na época de sua circulação.

Como já dito no primeiro capítulo da dissertação, as cidades do Brasil, como a capital do Rio de Janeiro, passavam a conviver com as transformações modernizadoras, orientadas por modelos parisienses da Belle Époque. Desta maneira, essa “transformação” do cenário brasileiro tinha por objetivo fazer do país algo “para estrangeiro ver”, que fosse local de atratividade para investimentos nas metrópoles brasileiras, alavancando a modernização das mesmas. Com isso, houve a inclusão de avenidas, alargamento de ruas, e, até modernização nas arquiteturas residenciais. Ou seja, a maior pretensão das elites intelectuais brasileiras, era dar ao Brasil a cara de um país urbano e moderno, ou melhor, cosmopolita.

A masculinidade que passou a ser construída nas primeiras décadas do século passado ao que parece teve certa dificuldade em separar a modernidade e o atraso. O medo de falhar, sexualmente e socialmente, esteve presente na subjetividade do homem cidadão.

O corpo do homem burguês, pois é este homem que estava sendo representando recorrentemente nas páginas, anúncios e caricaturas da Revista *O Cruzeiro*, teve que aglomerar “(...) vários ‘envelopes’, todos eles indiciários de sua posição social e de seus gostos: roupas, calçados, tinturas, remédios e pomadas, além de máquinas e artefatos fabricados para sua comodidade. (SANT’ANNA, 2013, p. 253)” Comodidade esse que, por muito, passou a ser um fator que colaborou para a dúvida quanto a masculinidade e virilidade do homem moderno.

Com a vinda das políticas modernizantes, de mudanças das estruturas espaciais e sociais, as ideias de formação de um homem genuinamente brasileiro que, lógico, precisava corresponder a certos padrões tidos como civilizados, moralmente éticos, sem vícios de más condutas, uma nova forma de pensar veio a permear a mente de muitos intelectuais brasileiros. Agora, a designação do pensamento nacional, na formação de uma sociedade nacionalizada não só estava nas mãos dos cientistas sociais; médicos e profissionais da área da medicina passaram a serem ativos na consciência dos comportamentos sociais que deviam ser adotados pela sociedade brasileira nesse contexto. As pessoas pobres e trabalhadoras foram sendo encaminhadas para os subúrbios, nas cidades metropolitanas, pois as áreas centrais se destinavam a pessoas de maior poder econômico.

2.2 – Moda e Discurso Publicitário: Discursos e Narrativas como influenciadoras do ideal de modernidade e masculinidade.

A vestimenta masculina, na concepção da própria moda masculina, entra, nesse contexto moderno, como uma forma particular “(...)entre muitas formas de vida graças a qual a tendência para a igualização social se une a tendência para a diferença e a diversidade num agir unitário (SIMMEL, 1905, p.25) .” Para Simmel (1905), a moda passa a pertencer ao campo da imitação:

Ela é imitação de um modo e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para mudar e se separar (SIMMEL,1905, p.25)

A indumentária passou a fazer parte importante no corpus da constituição e diferenciação das camadas da sociedade brasileira moderna. Na verdade, ela [a indumentária] compunha uma série de normas e exigências a que os homens modernos estavam submetidos, para que fossem respeitados por aqueles que o cercavam. Sendo assim, “[...] eram-lhes cobradas a elegância, educação, inteligência, fortuna, cultura, oratória, boa aparência e virilidade” (RASPANI, 2013, p. 200).

A moda significa, pois, por um lado, a anexação do igualmente posto, a unidade de um círculo por ela caracterizado, e assim o fechamento deste grupo perante os que se encontram mais abaixo, a caracterização destes como não pertencendo aquele (SIMMEL,1905 , p.25).

Assim como nos fala Soares (2014), “O comportamento e a aparência externa, que ficam a mostra, determinavam formas de conduta que revelavam características de sua posição social, de sua educação, de sua estirpe” (JUNIOR SOARES, 2014, p.42). Desta maneira, considerando que a aparência externa ao qual Soares se refere pode ser atribuída à moda, problematizo, então, que o jeito se vestir do homem moderno demarcou seu lugar social, de onde cada indivíduo pertencia. E essa relação que o homem moderno tem com a moda, irá conduzi-lo para a ressignificação de sua educação do pertencimento a determinada classe social.

Porém, junto com a moda vem o preço da multiplicidade de objetos culturais, desde a religião à moralidade. Marcando, cada vez mais, o pluralismo, a diferença e o contraste entre estilos de vida. Os homens do período estavam rodeados por um mundo de objetos que constroem, controlam e acirram seus desejos. Sendo assim, pode-se perceber a influência da publicidade como demarcadora dessa multiplicidade de objetos culturais; como também mostrando que, apesar de seus discursos e narrativas atraentes e instigantes, nem todos poderiam ter acesso àqueles produtos mostrados nas propagandas de roupas, cosméticos e acessórios. Como demonstra Lipovtsky (2009) “[...] mesmo múltiplos, os tipos de enfeite, os acessórios e penteados, as pinturas e tatuagens permanecem fixados na tradição, submetidos a normas inalteradas de geração em geração (LIPOVTSKY, 2009, p.28)

Figura 15: Enxoval do Homem: Moveis para Escritório: Casa Palermo

Armario para Enxoval de Homem

Mede 1,90 de alto, 1,33 de largo e 0,50 de fundo
Em casos de mudança pôde ser desmontado em duas secções sem intervenção de praticos e sem tirar objectos de dentro.



<p>TEM ACCOMMODAÇÕES PARA O SEGUINTE</p> <p>12— Paletots.</p> <p>12— Colletes.</p> <p>24— Pares de calças.</p> <p>2— Sobretudos.</p> <p>2— Capas.</p> <p>6— Chapéus.</p> <p>6— Pares de calçados.</p> <p>3— Bengalas.</p> <p>3— Guardas-chuvas.</p>	<p>24— Lenços.</p> <p>24— Camisas de dia.</p> <p>24— Collarinhos.</p> <p>24— Pares de punhos.</p> <p>24— Gravatas.</p> <p>12— Camisas de meias.</p> <p>12— Camisas de dormir.</p> <p>6— Pyjamas.</p> <p>24— Cuecas ou coróulas.</p> <p>24— Pares de meias.</p> <p>12— Toalhas.</p> <p>280 peças de enxoval.</p>	<p>E mais as seguintes accomodações:</p> <p>1— Escaninho para miudezas.</p> <p>1— Escaninho para caixetas, lapiz, etc.</p> <p>1— Escaninho para papel, envelopes, e cartões.</p> <p>1— Espelho para toilette.</p> <p>1— Aparador para perfumarias.</p> <p>1— Aparador para escovas e pentes.</p> <p>1— Mesa em taboa corrediça.</p> <p>1— Taboleiro para valores (segredo).</p>
---	---	---

MOVEIS PARA ESCRITORIO
CASA PALERMO
Rua da Quitanda n. 72 — (Proximo à Rua do Ouvidor)
TELEPHONE 4-2185 RIO DE JANEIRO

Fonte: Revista O Cruzeiro - 26 de julho de 1930

Desta maneira, passo a iniciar as discussões referentes a moda masculina, no recorte temporal de 1928 a 1931, com a imagem do dia 05 de julho de 1930, referente ao “Armario para Enxoval de Homem”. Aparentemente, vista a grosso modo, pode-se

perceber que a imagem que pode ser considerada meramente publicitária, referente as “Lojas Palermo”, com o objetivo de vender seu produto – o armário para o enxoval masculino. Porém, se levada mais além do que está exposto acima, e correlacionar com a problemática da masculinidade, pude perceber que posso chegar a questões mais específicas. Uma delas, porém não a única, é a especificidade que o anúncio faz com relação a que público o móvel está direcionado, e isso é demarcado logo no início do anúncio “Enxoval do Homem”.

Observando a imagem mais detalhadamente, pude perceber que dentro do “Armario para Homens” há a representação de vários utensílios e roupas que se queriam habituais do vestuário masculino da época. Logo abaixo na descrição dos compartimentos que a loja descreve para que o que havia em seu móvel, pude perceber a denominação de todos as roupas e objetos que são costumeiros na vida dos homens daquele século. Dentre o vestuário podemos ver a presença de: paletós, coletes, pares de calças, sobretudos, capas, chapéus, pares de calçados, bengalas. – alguns desses componentes do vestuário masculino serão abordados no presente capítulo.

Porém, quando me detive ao nome de loja que o vendia, sua especificação “Moveis para Escritório”, e observei a descrição de apetrechos concernentes ao dia a dia masculino relacionados com seu trabalho – Escaninho para miudezas; Escaninho para canetas, lápis, etc; - junto com os materiais voltados a perfumaria e cuidado com o corpo, logo me veio a imagem do homem moderno pretendido: aquele que se cuida, porém não deixa de lado o seu trabalho, onde até no seu meio pessoal, sua incumbência enquanto “homem de negócios” não poderia ser deixado. Ou seja, a representação de um homem de determinada classe social: o da elite, que busca com seu “trabalho” o dinheiro incentivado pelo consumo.

Sendo assim, os homens modernos passaram a condicionar sua vestimenta, sua conduta e sua forma de se relacionar com o meio moderno que lhe estava disposto. A moda condicionou uma forma de se vestir e se comportar, podendo ser considerada uma “maquinaria de poder” (FOUCAULT, 2006, p.118) do meio moderno. Para operacionalizar com a moda como condicionadora de modos de agir e se comportar, me apropriado do conceito de maquinaria do poder problematizada por Foucault na sua obra *Vigiar e Punir – Nascimento da Prisão*. Pois entendo que, que a moda surgirá como uma forma de docilizar os corpos dos homens modernos, para que os mesmos venham a se

vestir e a se comportar da forma que aquela sociedade colocava. Entendo que, para que o homem seja vinculado ao pertencimento de uma classe social específica.

A disciplina formada por essa maquinaria do poder que é a moda, contribuiu de alguma forma para a produção de corpos submissos e “dóceis”. Corpos esses que receberam essa ressignificação da moda do período. Sendo assim, a moda lançou mão de algumas “técnicas minuciosas, muitas vezes íntimas, mas que têm sua importância: porque definem um certo modo de investimento político detalhado no corpo (...)” (FOUCAULT, 2006, p. 120). Dentre essas técnicas utilizadas pela moda pode-se constatar a importância da publicidade e propaganda de lojas e artigos para homens.

Desta maneira, o discurso publicitário obteve importância significativa no influenciar do homem moderno, utilizando determinadas marcas de roupas, ou recorrer a determinadas lojas, pois elas teriam o que esse homem desejaria, para, antes de mais nada, ser considerado moderno. Problematizando a ideia de discurso e seu poder de influência e coerção, penso na perspectiva trazida por Foucault quando o mesmo nos diz:

[...] define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, de todo um conjunto de que devem acompanhar o discurso; fiza, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seus efeitos sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção [...] (FOUCAULT, 2006, p. 121)

Segundo Sant’Anna (2013), “[...] quanto mais a satisfação com o consumo era valorizada, mais os produtos dependentes da heroica tarefa de enfrentar dores ou o gosto ruim tendiam a ser esquecidos” (SANT’ANNA, 2013, p.). Desta maneira, o consumo de bens relacionado a vestimenta, conseqüentemente a moda, estava pautado pela miragem da satisfação pessoal, no pertencimento a uma determinada classe social.

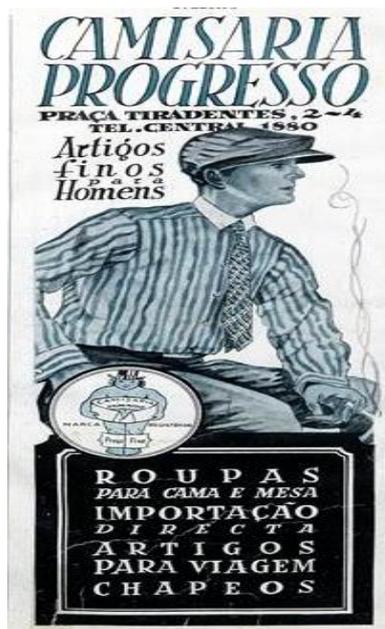
A moda estava sempre em constante mudança. O momento agora, para o homem moderno, era o de “afinar-se com o tempo, com as notícias rápidas com as circunstância europeia atualizada pelo *dernier bateau* (...)” (SEVCENKO, 1993, p.543). A cena pertenceria ao “individualismo exibicionista” (SEVCENKO, 1993, p. 551).

Quando debrucei-me a pesquisar a *Revista O Cruzeiro* recorrentemente observei nos anúncios de marcas e lojas especializadas na confecção de roupas e calçados a linguagem publicitária da qual as mesmas lançavam mão. Além de atrativas, estimulavam o leitor da revista a pensarem nas ideias atadas à fineza e à modernidade; vinculadas às concepções de luxo e sofisticação. A linguagem publicitária, em sua maioria, era

imperativa. Havia um significativo uso de palavras como, “artigos finos para homens”; “luxo”; “elegância”.

Desta maneira, havia, neste momento, a concepção de que o melhoramento da sociedade brasileira deveria ter como modelo a sociedade europeia, assim como norte americana. A moda foi um dos poucos campos da sociedade que obteve êxito no aprimoramento dos hábitos sociais do brasileiro. O momento de modernidade e beleza nos gestos, passou a exigir do homem um afinar-se dos hábitos e costumes com o tempo, com as notícias e anúncios rápidos que estavam sendo colocados nas revistas e jornais. Sendo assim, o que perdurava era o individualismo exibicionista. Mais adiante trago algumas propagandas da Revista *O Cruzeiro* que se utilizavam dessa narrativa estimuladora.

Figura 16: Camisaria Progresso



Fonte: Revista Cruzeiro - 17 de novembro 1928

Para os homens, a aparência se torna o cartão de apresentação, legitimando suas aspirações aos bens e as posições. Juventude, beleza, elegância e fineza passaram a compor os requisitos que precisariam ser adotados pelos homens da sociedade moderna. Como mostra o anúncio propagandista da edição de 10 de novembro de 1928, da “Camisaria Progresso”, onde a narrativa trazia pelo anúncio mostra o apelo para o homem fino, ou seja, o homem que se diferenciava das rudezas da vida rural. Demonstrando em

seus corpos, traços do moderno e civilizado. Um homem que possuía “[...] autocontrole mental que emerge como traço decisivo, embutido nos hábitos de todo ser humano ‘civilizado’ [...]” (ELIAS, 1993, p. 230)

Pode-se atentar também para o próprio nome da loja de artigos masculinos: “Camisaria Progresso”. A própria palavra “Progresso” se refere a ideia de modernidade tão difundida no século XX. Sendo assim, a moda também passou a lançar mão da perspectiva vinculada a ideia de nacionalismo crescente. Que além de pensar no condicionamento e estética masculina, no ato do bem se vestir, também veio a atentar para as ideias de progresso vigentes na época.

Figura 17: “O Camizeiro”



Fonte: Revista O Cruzeiro - 5 de julho de 1930

Acompanhemos a imagem contida na publicação do dia 5 de julho de 1930, referente as lojas para homens “O Camizeiro”. Com o discurso de “Pela Vida a afóra...

Através dos séculos”, pode-se interpretar que se trata de algo que está relacionado com o viés relacionada a perpetuação de uma tradição. Sinalizando que as lojas “O Camizeiro” possuíam sua qualidade desde há tempos. Contradizendo, voltando a ideia de como a sociedade desse momento era controversa, a tese de que que a moda poderia proporcionar para os homens. Tendo como imagem central, a presença de quatro homens, e uma única mulher – que pelo fato de estar de braços dados com o cavalheiro ao seu lado, suponho que a mesma tenha alguma relação parental, ou de romance – percebo que todos os presentes na imagem estavam a exaltar suas felicidades e contentamentos, tanto pelo fato do ambiente em que estavam, que percebo que seja na zona urbana, como o fato de estarem a usar um produto da marca “O Camizeiro” .

Porém, essa felicidade iria advir, tendo como base as leituras referentes a modernidade, da possibilidade, e a imagem utópica trazida pela remodelação da sociedade, pelo fato de consumir aquele produto. Desta maneira, partindo da questão da utopia moderna, penso que essa ideia de felicidade através de obtenção de produtos, veio, como já me debrucei a mostrar ao longo do primeiro capítulo da dissertação, partindo das influências advindas de países como Inglaterra, Alemanha, Estados Unidos e França. “Se a mudança resulta frequentemente da influência externa, do contato com os povos estrangeiros dos quais se copia tal ou qual tipo de traje, é também ora impulsionada pelo soberano que se imita [...]” (LIPOVTSKY, 1993, p.30).

A mentalidade que dominava boa parte da população da época era o “desejo de ser estrangeiro”. Por isso, Freyre fala que “[...] os gostos por artigos da moda feminina, influenciados por franceses e masculinos, influenciados por britânicos[...]” (FREYRE, 2005,). Assim como afirma Medeiros(2014), a “[...] introdução de novas formas de trajar e enfeitar o corpo decerto mexe com antigos tabus e preconceitos, provocando a adesão dos jovens e a rejeição dos idosos. Mas, sem dúvida, despertando atenção e deixando marcas.”(MEDEIROS, 2014, p.34). Segundo Raspani:

No início do século XX, a moda era uma obsessão entre a elite carioca. Todos sonhavam em ser chic ou smart, ou seja, desfilar com as vestimentas e os acessórios de última moda. As colunas sociais começam a ditar as normas de vestuário e de comportamento para a mais fina sociedade. A rua do Ouvidor era o maior centro de comércio sofisticado, oferecendo artigos importados e cobiçados. Logo, as tradicionais sobrecasacas e cartola pretas, símbolos da sociedade patriarcal e aristocrática do império, foram substituídas pelo paletó de casimira clara e o chapéu de palha. (RASPANI, 2013, p.203)

Os chapéus foram importantes artigos da moda masculina, costumeiramente utilizados pelos homens da época. O anúncio referente as “Marcas Solar” datada do dia 5 de maio de 1929, onde a mesma se dedicava, também, a confecção de chapéus, compondo uma importante peça do guarda roupas masculino.

Figura 18: Marcas “Solar”



Fonte: Revista Cruzeiro - 4 de maio de 1929

Porém, houve uma remodelagem nos chapéus. O chapéu do homem moderno é dotado de mais leveza e sofisticação, sem peso da tradição trazida pelas cartolas. O homem passou a adaptar seu guarda roupa, para vestimentas um pouco mais leves do que ele estava acostumado em tempos passados. Gilberto Freyre passa a analisar o uso dos chapéus na sociedade moderna e defende que “[...] O chapéu parece ter de resigna-se a ser arcaísmo, ou a estabilizar-se em arcaísmo, do mesmo modo que a botina convencional [...]” (FREYRE, 2009, p. 130).

Vemos também que, no anúncio do dia 04 de maio de 1929, o homem está a dirigir o seu automóvel, e ao seu lado há uma mulher que o olha admiradamente. Provavelmente, esse olhar de admiração da mulher em direção ao homem, não está só relacionado com a beleza desse homem ao utilizar o feltro da marca “Solar”. Há também o olhar de contemplação em relação a sua masculinidade, pelo fato dele estar dirigindo seu automóvel. O automóvel passou a ser uma inovação trazida pelo moderno. E, como a

maior parte das pessoas que possuíam um automóvel era do sexo masculino, de certa forma, ele [o automóvel] passou a ser objeto de enaltecimento da vaidade masculina.

Sendo assim, automóvel passou a ser um emblema de poder e força, indispensável para atrair as mulheres. O carro permite multiplicar as oportunidades de contato e convívio de uma companhia feminina. Começa-se, então, o desejo de ter carros; trocar carros; desejar o carro alheio. A publicidade se favorecerá da figura feminina para fermentar esse potencial erótico associado aos automóveis e passaria a explorá-lo ao extremo.

Porém, os homens belos modernos não deveriam apenas andar em seus carros luxuosos, como também, saber acompanhar as modas do momento; trajando vestimentas que fossem de acordo com aquele status social, e com o veículo que estava a dirigir.

Devido ao clima tropical do Brasil, e, conseqüentemente da cidade do Rio de Janeiro, as roupas dos homens e das mulheres passaram longo processo de remodelação. Como fala Freyre (2009) as roupas do homens e mulheres brasileiros “[...] já não são as apenas imperialmente europeus, nas suas origens e nos seus condicionamentos por climas temperados” (FREYRE, 2009,131). As roupas passam a ter mais leveza, porém, a sofisticação e luxo não poderão deixar de existir, isso porque são as marcas da sociedade moderna e civilizada que estava se instaurar.

Figura 19: “PALM BEACH”



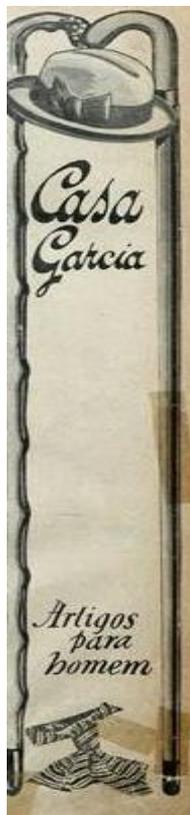
Fonte: Revista Cruzeiro – 19 de janeiro 1929

Como vemos no anuncio da marca de roupas “Palm Beach”, do exemplar de 19 de janeiro de 1929, o estabelecimento vem trazendo para o homem moderno uma proposta de vestimenta mais leve, que mais combina com o clima tropical do Brasil. Quando o anuncio diz: “O TECIDO IDEAL PARA ROUPAS DE VERÃO – PALM BEACH é leve, refractario á poeira, pratico e sempre elegante”, se percebe a importância dada a leveza e a elegância. Segundo Medeiros (2014), a moda moderna “[...] geralmente preocupa-se com o cenário urbano, relegando o rural ao plano secundário ou mesmo ignorando-o, como se nela a moda não existisse” (MEDEIROS, 2014, p.33). O próprio nome da marca “Palm Beach”, que em português significa “Palma de Praia”, mostra a tropicalidade que a marca busca atingir.

Outra questão importante esteve relacionada com o nome da marca “PALM BEACH”, uma praia localizada nos Estados Unidos, mas especificamente na Flórida. Onde a associação da confecção estadunidense com a relação da de roupas feitas para o verão, demonstra que a vestimenta do homem brasileiro desse período, além das influências inglesas, obteve sua parcela de vinculação com a moda advinda dos Estados Unidos. Ao que, como o leitor pôde perceber no capítulo anterior, teve relação com, no tocante a Revista *O Cruzeiro*, a vinculação de Assis Chateaubriand com os estrangeirismos norte-americanos. Em que, ao tocante do espelhamento com o modelo de vida americano, o modo novo de andar pelas ruas da forma “[...] ‘andar a americana’”. Diferentemente da curiosidade do *flâneur* ou do envolvimento afetivo com a paisagem

urbana, típico do *derive*, o que caracteriza o ‘passo inglês ou o “andar a americana’ é sobretudo a atitude de total despreendimento por tudo e por todos que estão ao seu redor” (SEVCENKO, 1998, p. 551)

Figura 20: Casa Garcia



Fonte: Revista Cruzeiro - 10 de novembro 1928

Haviam, também, lojas especializadas em artigos masculinos, como é o caso das “Casas Garcia”. Importante atentar para o fato de o anúncio das “Casas Garcia” chama a atenção do leitor da Revista Cruzeiro, no exemplar do dia 10 de novembro 1928, para a utilização de componentes exclusivos do guarda roupas masculino: a gravata, as duas bengalas – que apesar de não serem mais tão usadas no contexto moderno, mas são símbolos de masculinidade – e o chapéu masculino. A pretensão das “Casas Garcia” era, na verdade, a tentativa de reafirmação do caráter masculino do corpo do homem. Enfatizando que, naquele lugar, o espaço seria, exclusivamente, o masculino para que o homem moderno não “temesse” em ficar belo, sem que sua masculinidade fosse atingida. Dentre os artigos apresentados, vemos a presença da bengala e da gravata. A bengala se configura como um acessório que perdura na vida dos homens desde do século XIX no Brasil, sendo considerado uma componentes característicos da aristocrática, “herança”

dos ingleses. Tendo como característica ser um resquício da herança inglesa Raspanti (2014) fala que os “[...] trajes masculinos no século XIX, que eram inspirados na moda inglesa [...]” passou a compor o ritual a que os homens deveriam se submeter antes de sair de casa. Desta maneira, por ter sido vinculada a moda inglesa, e pertencente a aristocracia, volto a pensar que as representações da revista O Cruzeiro, referente ao ideal de estética masculina, estava direcionado a cada social da elite.

Figura 21: Calçados “Fox”



Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 01 de dezembro de 1928

“Luxo e Conforto”. Duas palavras que a publicidade dos “Calçados Fox” se faz valer para ganhar a simpatia dos homens modernos. Os hábitos burgueses começaram a impactar a moda. Sendo assim, “(...)os homens passaram a associar a elegância a uma postura mais séria e discreta (...) (RASPANI, 2013,P.201)”. O homem moderno, e neste caso do anúncio dos “Calçados Fox” há a referência à necessidade do homem citadino e burguês adaptar-se ao seu tempo; vestir-se conforme os modelos de uma vida corrida, de trabalho, de dedicação ao mundo executivo.

Quando o anúncio dos “**Calçados Fox**” faz menção à palavra conforto, pode-se pensar na comodidade que o homem moderno necessitará para estar apto a viver com o *frenesi* da vida moderna. Sendo assim, a vida do “homem de negócios” exigiu um calçado

que atendesse as suas necessidades; que proporcionasse a ele mobilidade. Porém, o homem de negócios não queria deixar de lado o luxo em seu calçado. Desta maneira, o anúncio demonstra a preocupação com a finesa dos gestos; preocupação com a elegância e sofisticação. Apesar de viver no meio que valorizava o intenso trabalho e a dedicação à ele, o “homem de negócios” não queria abrir mão da elegância em detrimento ao conforto.

Atentando ainda mais a imagem da edição do dia 01 de dezembro de 1928, pode-se ver, caro leitor, a representação que há de dois homens, onde um está em pé, em frente ao outro que está elegantemente sentado com sua bengala e seu chapéu/ou feltro. Ambos estão de paletó, reforçando a ideia, que venho trazendo durante a narrativa da dissertação, que o paletó era um traje bastante utilizado pelos homens da época. Ou melhor, bastante utilizado pelos homens da elite brasileira do período; homens esses que estavam preocupados com seus negócios e a obtenção de dinheiro advindo do avanço capitalista, no mercado de consumo – algo que já trabalhei no capítulo anterior quando me debrucei a problematizar a modernidade pelos olhares do Harvey e Koselleck.

Figura 22: Ligas Paris

Não ha contacto do metal com a pelle



A Figura Ajoelhada

A famosa marca—a figura ajoelhada—das LIGAS PARIS conta com innumerables amigos. Porque? Porque se sabe que ella symboliza as mais elevadas ideias do commercio—um perfeito producto.

LIGAS PARIS

Por mais de uma geração as LIGAS PARIS têm representado sempre o melhor material e mão de obra, durabilidade e elegante estylo. O facto de que as LIGAS PARIS são actualmente as que mais se vendem em todas as parte do mundo prova a preferencia com que os homens as distinguem. Compre sempre as genuinas LIGAS PARIS.—Recuse substitutas.

Accete sómente as legitimas LIGAS PARIS com a marca de fabrica, a figura ajoelhada. São as unicas que asseguram completa satisfacção.



A. STEIN & COMPANY
Chicago — New York, U. S. A.

Fonte: Revista O Cruzeiro - 3 de dezembro de 1931

Um outro acessório do cotidiano masculino, que pude perceber nos anúncios propagandistas da Revista *O Cruzeiro*, diz respeito as ligas que seguravam as meias masculinas. Apesar de ter sido um novo apetrecho – antes eu não tinha conhecimento de tal acessório para o universo do vestuário masculino, mas sim do feminino – nota-se como ele foi um importante componente da vida dos homens modernos. Essas ligas eram utilizadas pelos homens para segurar suas meias, onde a parte de superior era amarrada na panturrilha, quando as mesmas [meias] ficavam folgadas.

Ao deter meu olhar a imagem que acompanha o anúncio, pude perceber que há um homem ajoelhado com suas “roupas de baixo”: uma camisa sem mangas – chamada de camisa regata – que os homens utilizavam antes de vestir seus paletós, e uma ceroula – pequeno short utilizado pelos homens, antes de colocar suas calças, que funcionavam como o que hoje conhecemos como cueca. Desta maneira, vemos que as ligas fazem parte da composição da roupa íntima masculina. Ou seja, o exemplar do dia 3 de dezembro de 1931, trouxe o primeiro anúncio que se preocupava com a moda íntima masculina.

Já quando me detive ao discurso presente no anúncio, noto que, mesmo sendo um acessório da roupa íntima masculina, há a insistência discursiva na elegância e no estilo, onde “Por mais de uma geração as LIGAS PARIS têm representado sempre o melhor material e mão de obra, durabilidade e elegante e estylo. (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p.)”

Sendo assim, a moda masculina no século XX vai sendo remodelada conforme o que o tempo e o espaço passam a exigir. A moda inglesa, para a vestimenta masculina, é tida como modelo a ser seguido. A vestimenta masculina passa a ser ressignificada graças a essa tentativa de se assemelhar ao estrangeiro. Porém, essa moda sofreu diversas remodelações pelo clima tropical e quente do território brasileiro. Os homens agora precisam ir ao os meios industrias, das empresas que vinham do estrangeiro. Ter um emprego, e se preparar para ele. Ou seja, vestir-se de forma condizente ao moderno, era se vestir para tornar-se um empregado, um trabalhador, um homem que faz e busca o sustento de sua família.

A moda moderna trouxe multiplicidade de objetos culturais aos quais o homem moderno esteve sujeito. Desta maneira, a moda também passou a ser demarcadora de estilos de vida: gestos, formas e pertencimentos. Aqueles que não conseguiam atender as

suas necessidades, estiveram sujeitos a um mundo rodeado de objetos que constroem, controlam e acirram seus desejos.

Desta maneira, a publicidade serviu de modelo para se perceber essa demarcação da multiplicidade de objetos culturais. Porém, a publicidade passa a mostrar que nem todos os homens se encaixavam nessa ótica da moda; ela se direcionava a determinado grupo, a determinados modos de ver e sentir. Nem todos os homens poderiam ter acesso aos bens que ela [a moda] predispunha. A burguesia, como se pôde ver ao longo deste tópico, foi a camada pela qual a publicidade mais utilizou como interlocutora de seus discursos e narrativas.

2.3 O cinema como uma pedagogia do masculino em parceria com a moda

Ao analisar a *Revista O Cruzeiro* pude perceber a importância que o cinema teve para aquela época. Podendo ser considerado como uma pedagogia o cinema “transformou-se numa instância formativa poderosa, na qual representações de gênero, sexuais, étnicas e de classe eram (e são) reiteradas, legitimadas ou marginalizadas” (LOURO, 2011, p. 423). Sendo assim, levando em consideração as perspectivas apresentadas por Guacira Lopes Louro, em que a mesma passa a problematizar o cinema como uma forma de mobilizar economias afetivas que agem no inconsciente, formando uma força nos investimentos das pedagogias culturais.

Assim, como nos fala Sevcenko, o cinema nos finais do século XIX e início do século XX, foi tido como “uma maravilha da ciência moderna, tão surpreendente em suas descobertas e aplicações, ou ainda como a maravilhosa lanterna mágica da ciência” (SEVCENKO, 1993, p. 517). O cinema passou a ser, no Brasil, desde as primeiras décadas do século XX uma das formas culturais mais significativas. Sugeriu uma “modalidade moderna de lazer” (LOURO, 2011, p.425), que rapidamente conquistou adeptos, impulsionados pelas novas práticas de ritmos urbanos.

As revistas, a exemplo da *Cruzeiro*, passaram a trazer para seus leitores o que se passava não só nos filmes, e os próximos filmes que estariam em cartaz, como também a vida, amores, viagens, hábitos, comportamentos e suas preferências para a utilização de determinados produtos comercializados nas revistas. Os atores e atrizes expostos nas revistas recomendavam produtos que passariam a ditar a moda do momento, “[...] ensinavam como ser atraente e elegante, anunciavam novos aparelhos e tecnologias

domésticas, músicas e recursos de beleza e de higiene. (LOURO, 2011, p. 426)” Ajudando a produzir um novo estilo de vida que se adaptasse ao modelo moderno de ritmo citadino; uma nova dinâmica, novos códigos de sedução, de bom gosto, de saúde.

O discurso trazido pela *Revista O Cruzeiro*, na junção entre cinema e efeitos propagandistas, apelavam muito para questões relacionadas “[...] a ‘praticidade’, ‘naturalidade’, ‘eficiência’, ‘dinamismo’ [...]” (LOURO, 2011, p.427) utilizando os artistas tão afamados e presentes no cenário cinematográfico internacional. Além das revistas especializadas, quase todas as revistas e jornais brasileiros se dedicavam a manter seus leitores sempre atualizados e atentos ao que estava acontecendo no “mundo das telonas”, onde noticiavam as aventuras e vivências dos atores e atrizes atuantes tanto nos filmes em cartaz, como da vida de nomes famosos do cinema Hollywoodiano.

O cinema assim como as novelas radiofônicas passaram a circular no início do século XX, onde, por meio de inúmeras versões homens e mulheres conviveram com novos dilemas do que seria ser moderno e belo, ou seja, indivíduos que, no seu exterior e interior, iriam adotar comportamentos que correspondessem as expectativas de formas de viver tão expressas naquele momento.

Entretanto, pode-se pensar: Quais tipos de indivíduos estavam sendo representados nos filmes dentro do recorte temporal de 1928 a 1931? Quais imagens de masculino são veiculadas pelos filmes? Quais tipos de estética masculina se erigem como os mais influentes nesse momento?

Como defende Louro (2011), as produções cinematográficas nesse momento enfatizavam as formas “adequadas” e “normais” de família e sexualidade:

Assim, os homens e as mulheres representados são, quase invariavelmente, heterossexuais, mesmo que isso obrigue atores e atrizes que os personificam a viver de modo clandestino seus (outras) formas de sexualidade. A homossexualidade não é representada, nem sequer, na maior parte das vezes, sugerida, no cinema dominante (LOURO, 2011, p. 427)

Sendo assim, o cinema hollywoodiano era construído partindo de uma ótica, fundamentalmente, masculina e heterossexual. E, porque não dizer, sob uma perspectiva branca e de classe média. Afinal, quem poderia comprar os produtos utilizados pelos atores e atrizes? A quem o mercado capitalista se estava se direcionar? Que público alvo a *Revista O Cruzeiro* pretendia abarcar? A classe média e alta da sociedade brasileira.

Uma das colunas recorrentes na *Revista O Cruzeiro* é justamente a seção da Cinelândia, que passava a transmitir reportagens sobre os astros e estrelas tão afamados naquele momento.

Figura 23: “Cinelândia”



Fonte: Revista Cruzeiro - 22 de dezembro de 1928

Na figura doze que trata da coluna de reportagens referente à “Cinelândia”, datada do dia 22 de dezembro de 1928, pode-se perceber que a mesma traz um discurso que atualiza os leitores da *Revista Cruzeiro* sobre o que estava se passando no mundo dos cinemas. Percebe-se, então, a figura de três homens: O diretor cinematográfico, que acaba de se recuperar de uma lesão no braço esquerdo, Harold Lloyd; o ator europeu, mais especificamente francês, Maurice Chevalier, que acaba de aceitar o convite para participar de um filme americano, onde mostra como as produções cinematográficas norte americanas, naquele momento, estava em alta; e um pouco da história de vida do ator Glenn Tryon, onde podemos acompanhar um pouco da trajetória do ator até chegar no mundo do estrelato, de onde ele veio, como ele ascendeu e de que forma chega ao mundo do cinema.

Vemos, então, três perfis de homens atuantes no cinema: o diretor, o ator afamado e aquele que está a galgar uma vida no mundo da cinematografia. Dentre estes três

estereótipos de homem, o discurso no qual detive minha maior atenção, para a problematização da moda masculina e a influência do cinema, é o que passou a descrever a vida e a carreira do ator Maurice Chevalier. Isso porque, na sequência da descrição sobre a atuação do ator em um novo filme, onde a coluna da Cinelândia se dedicou a contar o respaldo que há na figura dele como um dos poucos autores europeus a atuar em um filme norte americano, há, também, uma exposição sobre festa de recepção, acontecida em Nova York, do ator Chevalier.

A reportagem diz:

A sua chegada, ofereceu-lhe a Paramount no banquete no Ritz, seguindo-se de um baile no salão nobre do hotel ao qual compareceram muitos jornalistas novayorkinos, representantes do corpo diplomático, presidentes de varias casas cine-productora e grande numero de pessoas da *élite* [grifo da fonte] social (REVISTA O CRUZEIRO, CINELÂNDIA, 22 DE DEZEMBRO 1928).

Na parte onde diz: “e grande numero de pessoas da *élite* [grifo da fonte]”, pode-se perceber a que camada social esse ator pertencia, e, não só isso, que publico e que tipo de homem a produção cinematográfica da época queria atingir: o homem da elite. Assim como fala Simmel (1986), o significado “da moda é o que leva a ser adoptada por homens refinados e originais: utilizam-na como máscara” (SIMMEL, 1986, p. 45). Ou seja, muitas vezes a moda passou a ser utilizada como uma forma de camuflar o homem moderno; o fazer pertencente a uma camada social na qual ele, muitas vezes, não pertencia. Pois, a moda não era para todos, mas para aqueles que pertenciam a elite.

Figura 24: A maior personalidade do cinema moderno



Fonte: Revista O Cruzeiro - 23 de maio de 1931

Durante as minhas pesquisas na Revista *O Cruzeiro* um fato, na verdade uma recorrência, veio a me impressionar. A questão da presença, em se tratando de cinema, frequente do ator Maurice Chavalier, principalmente no recorte temporal que propus seguir a minha pesquisa, anos de 1928 a 1931. Desta maneira, ao notar a frequente presença do ator Maurice Chavalier como “a maior personalidade do cinema moderno” (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p.19) resolvi trazê-lo como um modelo tanto de estética como de masculinidade desejada para os finais dos anos de 1920 e início dos anos 1930.

Desta maneira, pesquisando mais sobre quem foi Maurice Chavalier, pude perceber que se tratava não apenas de um ator, ele também era cantor e humorista francês. Nascido em 12 de setembro de 1888, na capital da luz Paris. Na década de 1920, foi para os estúdios da Paramount Pictures, assinar seu contrato em Hollywood para protagonizar alguns filmes, dentre deles o *The Big Bond* em 1930. Diante de suas atuações e prestígio, foi considerado um dos maiores atores pela Academia de Award.

Desta maneira, pode-se perceber um homem bem trajado com seu smoking – traje de gala utilizado pelos homens, principalmente em ocasiões especiais -, onde seu sorriso

demonstra leveza. Logo abaixo da primeira imagem, há três quadros onde o ator está acompanhado de diferentes atrizes, o que demonstra esse reforço da ideia do homem galanteador. Analisando a imagem como o todo, pode-se perceber que ao lado (direito) da fotografia do Chavalier, vê-se a presença de oito mulheres. Seus olhares contemplativos, de e apresentação, direcionados a imagem do ator, mostram uma certa adoração a fotografia, como se ele fosse considerado a personificação de algum deus grego – no qual ousa a dizer que poderia ser o deus Eros. Beleza e elegância, são qualidades que os homens modernos pretendiam ter. Homens que possuíam esses adjetivos eram considerados personificações de beleza. Aqueles que não, provavelmente, seriam colocados a margem da sociedade.

Outra imagem que me chamou atenção, refere-se a uma reportagem, também da coluna referente a Cinelândia, onde a mesma se deteve em elogiar e expor a experiência do ator Lawrence Tibbety.

Preocupando-me em também descobrir quem era o ator, e um pouco de sua vivência, principalmente nos cinemas, pude encontrar que Tibbety não era apenas um ator, como também cantor de ópera, e uma personalidade do rádio. O mesmo nasceu em 16 de novembro de 1896, onde seu falecimento foi em 15 de julho de 1960. Desta maneira sua fama veio através de sua fama de ator e cantor arrojado e atraente, conhecido pelo seu tom de voz grave e, ao mesmo tempo, suave. Apesar de ator renomado, percebi, durante as minhas pesquisas, que Tibbety veio a se destacar mais como canto, onde chegou a cantar no Metropolitan Opera - casa de ópera localizada na Broadway.

Figura 25: Lawrence Tibbety

Fonte: Revista O Cruzeiro - 29 de novembro de 1930

Com isso, na descrição feita sobre o autor e cantor pode-se perceber a descrição de um dos seus filmes, “Amor Zingaro”, onde a gravação do mesmo seria feita a posteriori. Vê-se também a descrição de outras duas produções que iriam tê-lo como um dos atores principais da cinematografia. Entretanto, o que nos chama atenção diz respeito a sua própria estética: bem vestido, com seu paletó bem alinhado e um lenço na lapela, chapéu – que estava em bastante uso -, ao que tudo indica, segurando em sua mão direita (esquerda do leitor) um par de luvas. Além de seu bigode, remontando uma nova estética para o que é um rosto belo e masculino. Porém, deve-se atentar para a postura do ator: uma postura máscula, que demonstra um alto grau de virilidade. Ou seja, ele pode estar muito bem trajado, mas em seus modos ele precisa aparentar uma notória virilidade.

Por mais belo que fosse o homem moderno, e antenado ao que estava acontecendo no mundo da moda moderna, ele não poderia abrir mão de seus traços viris e masculinos. A própria moda, como sendo costumeiramente atribuída ao mundo feminino, poderia colocar em xeque a masculinidade do homem moderno. A posição adotada pelo ator Lawrence diz muito sobre o que é ser atento a moda, sendo um homem belo que denotasse bom gosto e sofisticação, mas sem que todos esses atributos não colocasse a prova sua masculinidade. Segundo Le Rider (1993), “o sucesso dessa afirmação viril se encontra

comprometido pelas condições reais da existência e quando o sujeito descobre nele mesmo o reforço de traços ‘femininos’ (submissão, passividade, etc.) (LE RIDER, 1993, p.201).

Além da masculinidade representada pelos seus gestos e formas de se portar, pude perceber que ambos os atores estavam trajando roupas que remetiam a um alinhamento com a vestimenta, assim como sua limpeza. Não se vê os atores sendo representados de forma desalinhada, ou “desleixada” há uma valorização com o cuidado com a roupa voltado a higienização. Tema esse que será abordado no próximo capítulo da dissertação.

Adentrando na perspectiva da recorrência dos dois atores na Revista *O Cruzeiro*, correlacionando com a questão da representação que eles passaram a ter para os homens do período, como modelos de estética entendo que “A noção de representação coletiva, entendida no sentido que lhe atribuíram, permite conciliar as imagens mentais claras – aquilo que Lucien Febvre designava por os materiais de ideias – com os esquemas interiorizados, as categorias incorporadas, que gerem e estruturam (CHARTIER, 2002, p. 19). Sendo assim, levando em consideração que a beleza encontrada a partir da análise da estética do homem daquela época [...] não é uma propriedade de objeto, algo que se encontra no objeto, e sim uma construção do espírito do contemplado colocado diante do objeto (SUASSUNA, 1993, p. 30), pude analisar que a revista pelo seu caráter que se influía no projeto idealizador e utópico da modernidade, tinha a intencionalidade de formular que tipo de beleza masculina se pretendia para o momento.

Desta maneira, a moda masculina teve seu respaldo em diversos momentos dos homens modernos, onde a sociedade brasileira passou a ressignificar através dela [a moda]. A moda não era, apenas, no contexto do século XX, uma mistura de adereços e roupas que passavam a se combinar. Ela também envolvia uma multiplicidade de objetos culturais, desde a religião à moralidade. Marcando, cada vez mais, o pluralismo, a diferença e o contraste entre estilos de vida. “Vários cariocas se arrumavam com esmero para passear naquela rua comercial, exibiam ricas bengalas e delicadas lunetas, torciam o bigode, mantinham-se atentos as novidades (SANT’ANNA, 2014, p.21)

Apesar dos homens aparecerem com pouca frequência no que tange ao cuidado com a beleza, seria demasiadamente equivocado se afirmar que os mesmos não se detinham aos cuidados com a beleza, suas roupas e acessórios que poderiam “combinar”. A imprensa, com seu discurso publicitário passou a investir cada vez mais no mercado

consumidor masculino; o que, costumeiramente era da alçada feminina passou se misturar com os interesses masculinos. A elegância era palavra mestra para os homens modernos, não só elegância na vestimenta, como em seus gestos, formas e silhuetas. Mas, sem que esquecer de sua masculinidade e virilidade; sem esquecer, é claro, de seu lugar enquanto aquele que provém e mantenedor da ordem do lar.

CAPITULO III
O IDEAL DE ESTÉTICA CORPORAL MASCULINA: DOS
***SPORTMEN*, ALMOFADINHAS E MILITARES**

Quem foi que disse que eu era forte?
 Nunca pratiquei esporte, nem conheço futebol...
 O meu parceiro sempre foi o travesseiro
 E eu passo o ano inteiro sem ver um raio de sol
 A minha força bruta reside
 Em um clássico cabide, já cansado de sofrer
 Minha armadura é de casimira dura
 Que me dá musculatura, mas que pesa e faz doer.

“Tarzan. (O filho do alfaiate)” – Noel Rosa.

3.1 – Corpos atléticos, fortes, modernos e ... masculinos! Estética Corporal Masculina sob a ótica dos novos modelos corporais

No primeiro capítulo desta dissertação tive a preocupação em problematizar a questão da moda masculina, e de como, de forma sutil ou deliberada, a vestimenta passou a fazer parte da estética masculina. Trazendo para as discussões no desenvolver do capítulo um, dois estereótipos masculinos: o almofadinha e o militar. Sendo assim, procurei focar a questão dos gestos, das falas, da linguagem corporal e de suas maneiras de se vestir. A partir daí foi possível perceber, ora mais implicitamente ora mais explicitamente, que um novo modelo de estética masculina, atrelado com os discursos de modernidade, progresso e desenvolvimento da nacionalidade brasileira parecia circular, sobretudo através de um viés militarista.

Sendo assim, o terceiro capítulo que irá dar continuidade ao texto da presente dissertação terá como eixo principal a estética corporal e facial masculinas, atreladas às ideias de modernidade e obtenção de um corpo masculino que viesse a atender às

expectativas da época. Porém, para se chegar aos corpos aparentemente tão desejados pelos homens do período, algumas táticas foram sendo acrescentadas ao cotidiano masculino. Pois, “Não se pode então considerar o homem isoladamente de seu corpo” (LE BRETON, 2012, p.).

Desta maneira, sendo dividido em quatro tópicos o presente capítulo irá abordar os ideais do corpo e do rosto masculino moderno; os esportes e atividade física utilizadas por esses homens em suas relações com o corpo modelo de masculinidade, virilidade e modernidade; assim como os medicamentos, e produtos de higienização do corpo que prometiam não só um corpo belo, mas, principalmente um corpo saudável. Assim como também, qual era o ideal de rosto – levando em consideração as expressões faciais representado pela revista *O Cruzeiro* – que os homens modernos tinham como intenção atingir, e aqueles rostos que foram apresentados como modelos para chamar a atenção feminina.

No decorrer das minhas pesquisas, principalmente quando tive a preocupação em fazer um apanhado documental das fontes que poderiam me fornecer aparatos para problematizar as questões relacionadas à estética do corpo masculino, pude perceber, assim como no capítulo anterior, a presença de pelos menos dois estereótipos de estética desejada: os *sportmen* e os militares. Entretanto, não será detalhada aqui apenas a estética corporal, mas também o ideário do que seria a nova configuração corporal dos homens modernos brasileiros. Desta maneira, também problematizarei a concepção por trás da figura do Jeca Tatu e do corpo masculino negro e miscigenado, negados pelas políticas de regeneração e adequação da “raça brasileira”, como já foi adiantado no capítulo I, segundo concepções correntes à época.

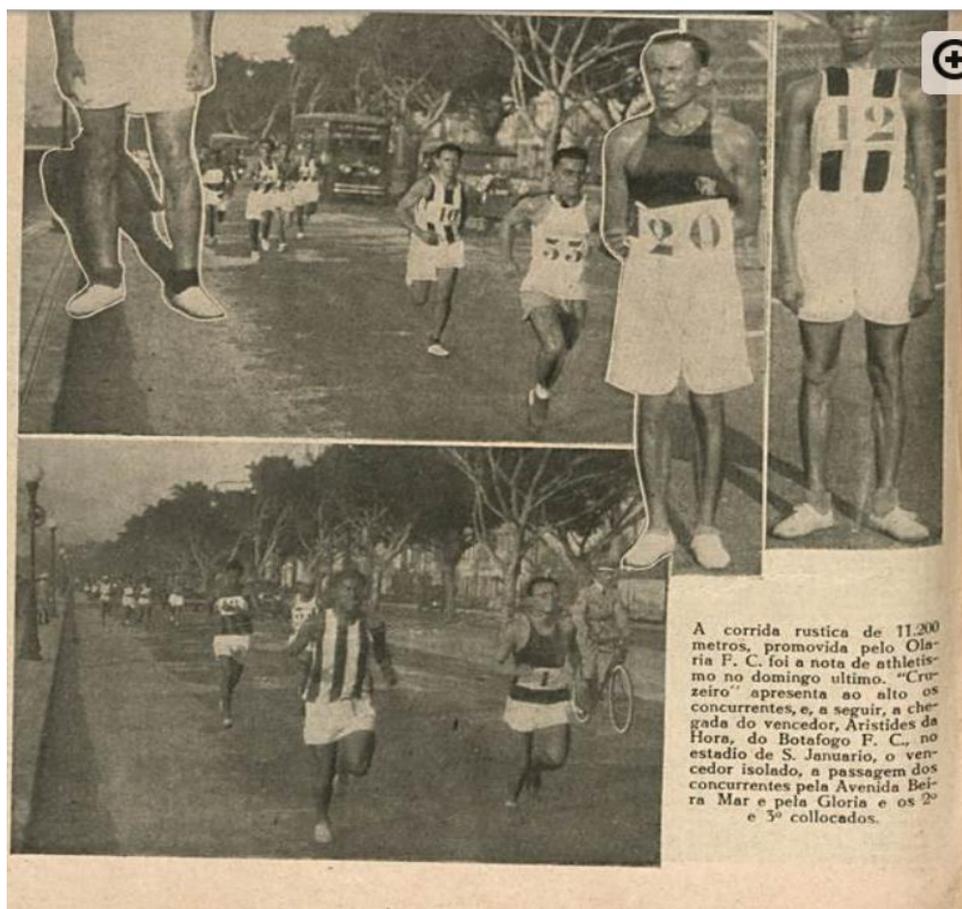
Reportando-me à música que dá início a narrativa deste capítulo, localizada na epígrafe, intitulada: “Tarzan (o filho do alfaiate)” do cantor Noel Rosa, pude perceber como o cantor, que pode me dar uma noção para iniciar uma problematização mais contundente sobre os corpos dos homens modernos, mostra o desenrolar da ideia relacionada ao corpo masculino dito como, forte que passava a ter sua preocupação com os esportes. Sendo assim, “um velho problema persiste quando se trata da beleza masculina: a força física. O homem feio tende a ser centena de vezes pior se o seu corpo mostrar fraqueza” (SANT’ANNA, 2014, p.73).

Porém a música “Tarzan (o filho de alfaiate) traz a resistência para esses novos modelos e reeducação corporal. Apesar de ser um modelo que vai contra a modernidade, e a concepção dos *sportmen*, a canção de Noel Rosa passa a exaltar a preguiça e o corpo indolente. Um corpo que não se encaixava as novas ideias de corpo sadio, forte e sanitizado. O corpo que se assemelha ao estereótipo do Jeca Tatu, que em breve, nesse mesmo capítulo o leitor poderá ver problematizado com mais afinco.

Nesse meio modernizante, processo pelo qual o Brasil estaria passando, havia, ainda, a concepção de que os homens ainda seriam os principais encarregados do sustento familiar e da administração social. Desta maneira, a expressão que os homens modernos precisavam ter estava atrelada à ideia de potência. A aparência feroz poderia estar menos comprometida com a questão da harmonia das feições, pois seria necessário evocar sua masculinidade de uma fera que sugere o sucesso em uma eventual investida.

Durante minhas pesquisas na revista *O Cruzeiro*, pude perceber, a recorrência da presença de um ideal de estética masculina que recheava as páginas da revista com matérias, que iam das práticas até o acompanhamento de campeonatos dos mais diversos esportes. Os *sportmen* passaram a ter uma referência de estética corporal que se assemelhava aos modelos americanos. Através do desenvolvimento da vida urbana inúmeras concepções do que viria ser viril ou frouxo, passaram a permear o cotidiano do homem cidadão. Sendo assim, a beleza masculina passou a adquirir um espírito pragmático e esportivo.

Figura 26: “Corrida rustica de 11.200 metros, promovido pelo Olaria F.C”

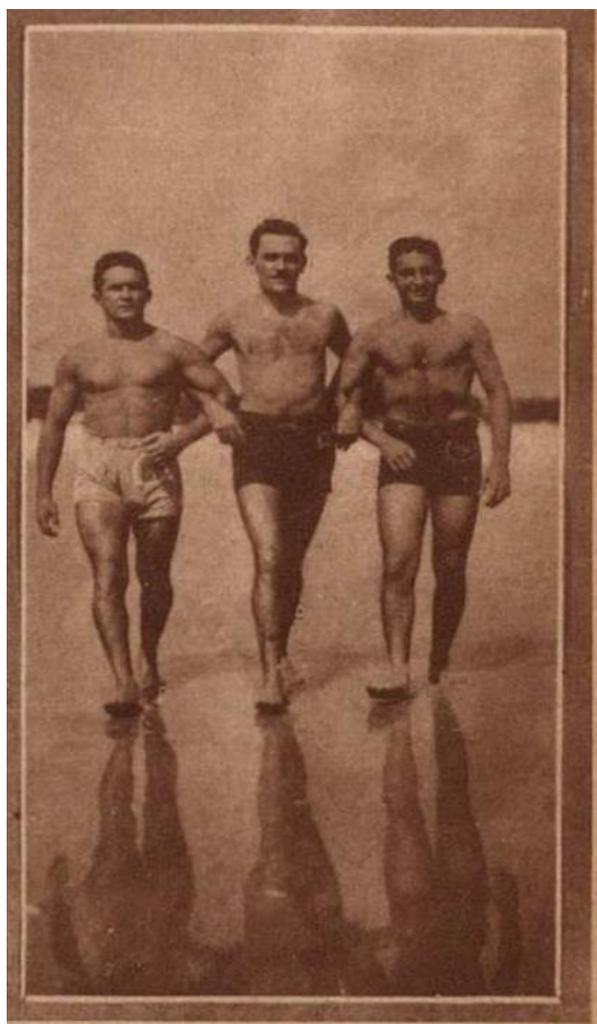


Fonte: Revista *O Cruzeiro* – 01 de junho de 1929.

Na narrativa presente no anúncio mostrado acima, do dia 01 de junho 1929, que tratava de uma corrida rustica foi promovida pelo Olaria F.C, registra-se como vencedor Aristides da Hora, do Botafogo F.C no estádio de São Januário. Nesta mesma narrativa, algo me chamou a atenção: a denominação da corrida dita como “rustica”. Essa rusticidade que, talvez tenha vindo de forma despreziosa no decorrer da narrativa da matéria, nos mostra como a questão da força e rusticidade, levando a o belo homem sempre devia apresentar a coragem como qualidade, comprovada, em geral, por meio da sua força física e destemor perante a morte e o sofrimento (SANT’ANNA, 2014, p.258). Caso que também pode-se atrelar ao fato de que não é uma corrida feita em uma pista de corrida, e sim nas ruas. Vemos que os homens representados nas da figura I mostram-se como de baixa estatura, diferente dos modelos *sportmen* norte-americanos.

A cidade do Rio de Janeiro, cidade sede da revista *O Cruzeiro*, também capital do país, era representada como uma “cidadesportiva”. Sendo assim, motivada pelos interesses das elites, houve a proliferação de clubs, que passavam as ser mediados pela imprensa, mas também pelo “[...] gradativo processo de adesão das camadas populares, as novas massas” (LINHALES, 2009, p.28). Acreditava-se que os esportes, e sua prática, estavam sendo propulsores da ideia de civilidade, algo que iria funcionar como meio de expressão dos novos tempos, sendo relacionados como dispositivos disciplinares.

Figura 27: Concurso de Fotografia



Fonte: Revista *O Cruzeiro* – 26 de dezembro 1931

Atentemos para essa imagem publicada na edição do dia 26 de dezembro de 1931, onde há três homens alegremente sorrindo exibindo seus corpos atléticos, caminhando

nas areias das praias do Rio de Janeiro. Esses três homens formavam o que na época eram denominados de homens *sportmen*.

O *sportmen* passavam a ser uma imagem presente de forma recorrente nas reportagens trazidas em muitas reportagens da Revista *O Cruzeiro*, como mostra a figura 2, que traz três homens de porte físico avantajado, sugerindo o resultado da prática de esportes, gozando de boa saúde, andando pelas areias de braços dados das praias do Rio de Janeiro. Sendo assim, os *sportmen* passavam a ser modelos de saúde e virilidade, dedicados a competição de práticas esportivas e do atletismo que seriam voltadas para influenciar ao público jovem masculino.

Como o próprio nome já faz supor, os *sportmen* tiveram como influências tanto o modelo inglês como o norte-americano na prática de esportes. Muitos desses esportes passavam a serem praticados ao ar livre, e com isso “[...] a beleza masculina adquiria uma nova imagem: permeada pelo espírito pragmático e esportivo em moda, tal como se apresentava a mocidade norte-americana, ela abandonava os charmes de uma aparência melancólica” (SANT’ANNA, 2014, p. 263).

Desta maneira, os banhos de mar ganharam aceitação positiva ao longo do século XX. Sendo assim, os banhos de mar, juntamente com esportes aquáticos passaram a fazer parte do cotidiano dos homens e mulheres modernos. Práticas esportivas como: competição de remo, competições de nado, obtiveram a participação massiva dos homens da época, tanto competindo quanto assistindo. Os banhos de mar além de serem práticas esportivas para o melhoramento do corpo, também se mostravam com forma de curar moléstias, como se a água do mar fosse um medicamento natural. Como o leitor irá visualizar na imagem abaixo, os banhos de mar, por se tratarem de uma prática que exaltada higienização do corpo, e, ainda mais, tinha como sendo resultado de práticas adicionadas ao cotidiano dos indivíduos, como uma atitude moderna, os banhos de mar passaram a ser frequentemente representados na revista *O Cruzeiro*.

Figura 28: “Banhos de Mar”



Fonte: Revista *O Cruzeiro* –15 de dezembro 1928

Desta maneira, ao analisar a imagem 4 pode -se perceber a presença de um homem e de três mulheres todos trajando vestimentas de banho, ambientado num lugar que, aparentemente, parece ser uma praia. Na imagem também há a frase “olha a bôa”, onde a mulher do lado esquerdo faz a gesticulação de que ela está a jogar a frase, lançando o “bôa” que essa nova cotidiano dos banhos de mar, e a vida na praia. Detendo-me ao corpo masculino, pude perceber como ele é retratado: musculoso, com costas largas, pernas grossas e roliças, feições delicadas, e cabelos bem penteados. Paradoxalmente, os corpos femininos e masculinos parecem se assemelhar, mas, caro leitor, irei tratar mais a frente sobre tais questões.

Aliados às preocupações higiênicas, inúmeros cuidados com o corpo, como é o caso da estética, tendem a ser tratados na esfera do medicinal. Ou seja, começam a ser criados “medicamentos” que auxiliavam na obtenção da beleza, ou reforço da beleza de “nascença”. Nesse contexto modernizante, não haveria desculpas para não ser bonito (a). Mesmo não nascendo belo (a) poderia torna-se belo (a).

Porém, nessa discussão inicial do presente tópico, não irei adentrar centralmente na questão dos esportes e sua diversidade. Essa problemática será abordada no tópico

subsequente, onde irei analisar e discutir sobre os esportes mais presentes na revista *O Cruzeiro*, assim como sua influência na vida do homem citadino.

Nesse tópico, a centralidade de minha análise segue na direção de mostrar os estereótipos de corpos mais representados na Revista, relacionando-os com o próprio ideal de estética corporal que os homens modernos queriam atingir; assim como problematizar os tipos de corpos masculinos ditos como não aceitos para a sociedade da época, levando em consideração as perspectivas da eugenia, miscigenação e degeneração da “raça brasileira”, conforme se entendia a questão à época. Isso porque, “[...] as atribuições da beleza ou da feiura era dividida não a critérios estéticos, mas a critérios políticos e sociais” (ECO, 2007, p.10).

A preocupação com a masculinidade foi um ponto delicado para o homem do contexto analisado. Isso porque, incitados pelo frenesi dos esportes, houve a valorização da silhueta masculina mais fina e elástica, proveniente de prática de esportes, passando a ser tradicionalmente ligada a figura da fragilidade feminina. Sendo assim, pode-se problematizar que, com a ameaça da masculinidade e virilidade do homem moderno, a revista *Cruzeiro* procurou desmistificar a ideia do corpo masculino moldado pelos esportes, como sendo um corpo que deixasse de ter sua força e intensidade em voga.

Figura 29: Instituto de Urologia



Fonte: Revista O Cruzeiro - 30 de maio de 1931

Em se tratando da saúde masculina, pude encontrar esse anúncio referente ao Instituto de Urologia do Rio de Janeiro, na edição do dia 30 de maio de 1931. O que me veio a chamar atenção pelo fato de se tratar de uma parte da medicina que se dedica ao cuidado com a saúde do homem, já demonstrando que no século XX existiam campos da medicina

que se dedicavam as especificidades de medicina. Sendo assim, como já venho mencionando no decorrer da dissertação, o caráter másculo deveria ser cirado desde de muito cedo, quando em sua maioria, a questão da masculinidade estava vinculada à ideia da potência sexual, e iniciação sexual do jovem indivíduo do sexo masculino. Porém, como consequência dessa iniciação da vida sexual masculina precoce, havia a constante preocupação com a questão das doenças venereas.

Importante perceber como a ideia de masculinidade e virilidade, em detrimento ao corpo estava, ainda, vinculada com a questão da atividade sexual dos homens nesse período. Percebo como algumas perpetuações, advindos de séculos passados, estavam atrelados ao pênis. Desta maneira, segundo Sant'anna (2014) [...] a partilha do medo de falhar, como se o simples fato de dizê-lo fosse atestado de uma impotência invencível, de uma vergonha que pede um esconderijo a sete chaves” (SANT'ANNA, 2014, p.254).

Desta maneira, o anúncio acima traz justamente essa problemática, em que, em sua narrativa o mesmo diz que o Instituto de Urologia no Rio de Janeiro proporcionava o “Tratamento da Gonorrhea e suas complicações (estreitamento, prostatite, orchite, cystite, etc.) (REVISTA O CRUZEIRO, 1931), onde a gonorréia é uma doença que acometia os homens que tinham a prática sexual ativa, em sua maioria das vezes com as “mulheres de vida fácil”, que se situavam nas chamadas “zonas”. Segundo Sant'anna (2014) “A preocupação com as doenças venéreas era comum entre os homens e sua presença destacava-se, por exemplo, no quadro de moléstias gerais que acometiam os soldados brasileiros.”

A questão das doenças passavam a acometer os soldados, em que, por sua condição militar, necessitava provar certa virilidade com suas parceiras sexuais. E em se tratando de militares, e a imagem com a qual eles gostariam de estarem relacionados, apresento a imagem da edição do dia 27 de dezembro de 1930:

Figura 30: Capa da Edição da Semana do dia 27 de dezembro 1930



Fonte: Revista *O Cruzeiro* – 27 de dezembro 1930

Na capa da edição do dia 27 de dezembro de 1930, data subsequente à Revolução de 1930, pode-se perceber a representatividade com que a revista destaca a figura do militar; algo que exalta a masculinidade desde a infância, tirando qualquer vínculo com o feminino ou com a fraqueza. O rosto do menino, que suponho provavelmente tinha seus quatro ou cinco anos, demonstra uma indiferença e altivez, misturada a uma linguagem bélica e falocêntrica de um canhão e uma arma em um cinto ao redor da cintura da criança. O fato da criança ser branca é muito importante nesse período em que as questões relativas à ideia de raça estão “em alta”. Também o fato de ser uma criança. A ideia de um nascimento puro. Aquele já nasce como representante de uma raça sadia, forte e belicosa. A falta de pêlos dos bebês, por outro lado, os afastam do mundo da masculinidade, historicamente associada ao excesso de pêlos.

É como se o “[...] O ser – criança (quase confundido Grod-deck com o ser-feminino) se opõe ao ser-masculino e ao ser-adulto, como a vida segundo com a natureza o faz com a civilização moderna” (LE RIDER, 1993, p. 2013). Ou seja, houve, na figura

3 uma tentativa de tornar a criança um homem adulto, implementando ideias de militarismo, e feições densas, a uma criança na sua tenra idade. Sendo assim, “[...] os homens entendem que, dessa forma, estão forjando nos garotos a resistência física e a dureza da moral necessárias para que esses se tornem trabalhadores honestos e que , apenas assim, sejam capazes de suportar uma vida inteira de trabalho exaustivo (BAUBÉROUT, 2014, p.205).

Entretanto, e paradoxalmente, algo que também será tratado no último tópico do presente artigo – referente ao rosto masculino -, as curvas que estão bem evidentes no corpo da criança, se assemelha as curvas do próprio corpo feminino, dando a ideia de que a estética masculina pretendida também estava correlacionada com o ideal de corpo feminino. Vemos nádegas avantajadas e redondas, pernas (coxas) grossas e torneadas, a pele do menino está impecável, denotando maciez, brancura e leveza. Ou seja, um corpo que se aparenta a uma estética feminina.

Isso porque, lembrando de discussões já ditas durante a narrativa da presente dissertação, o maior ideal nesse momento era a obtenção de um corpo saudável. Porém, o paradoxo estava no fato o ideal de masculinidade que se pretendia atingir: um homem-pai; homem que zela pelo cuidado e sustento da casa e não um homem que demonstra traços do feminino atrelados com o masculino. “O objetivo era fazer do homem o homem – pai, cidadão ocupado exclusivamente em trabalhar, cuidar dos filhos e fiscalizar a moral sexual das esposas” (COSTA, 1992, p. 52).

Desta maneira, a representação trazida sobre o masculino na figura do militar, transmitido pela presença da criança como símbolo inicial desse processo de militarização do corpo masculino, perpassa sobre a questão de que “[...] tradição do idealismo crítico designa assim (forma simbólico) todas as categorias e todos os processos que constroem o mundo como representações (CHARTIER, 2002 , p.19)

Sendo assim, durante minhas pesquisas na revista, pude perceber como a figura do corpo masculino militar foi sendo tratada com mais ênfase no período que sucedeu à Revolução de 1930, reforçando a própria ideia de nacionalidade e progresso tão difundidos na época. Desde o exemplar do dia 08 de novembro de 1930, a figura do militar, assim como do corpo masculino militarizado, era incansavelmente trazida nas páginas da revista *O Cruzeiro*. Apesar de em anos anteriores já haver percebido essa valorização da figura do militar, assim como as ideias que se concentravam numa perspectiva nacionalista e modernizante.

Mais vez me utilizando de Baudalaire, assim como foi no primeiro capítulo, pude notar que a representação do corpo masculino militarizado mostrava-se como “[...] plenamente inteligível, é o caráter firme, audacioso, a sua tranquilidade mesma, de todos esses rostos curtidos pelo sol, pela chuva e pelo vento” (BAUDALAIRE, 1864, p. 60). Desta maneira, é notório que o corpo masculino pautado no militar estaria atrelado com a firmeza, a força e as atitudes e comportamentos que denotavam uma maior masculinidade, e nada de fragilidades.

Pensando sobre a perspectiva do militar como um tipo de estereótipo masculino que demonstraria força, altivez e virilidade, aproprio-me aqui das discussões colocadas pelo professor Albuquerque Júnior, em sua obra “Nordestino: a invenção do ‘falo’: Uma História do gênero masculino (1920-1940)”, problematizando a perspectiva da forma com a qual ele se preocupa em trabalhar com a figura do nordestino, e toda sua construção identitária, que também leva em traz quando busca enfatizar e trabalhar com a figura do masculino nordestino, como “[...] homem forte e resistente, um homem heroico na sua luta contra a natureza [...]” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p.171).

Sendo assim, eram recorrentes nas páginas da Revista que traziam à tona o ideal masculino militarizado. Não só com relação ao corpo do homem, uma estética corporal idealizada, como também na própria perspectiva do comportamento masculino, principalmente depois da Revolução de 1930, como já foi trabalhado no capítulo anterior.

Figura 31: O Comandante das Forças Revolucionárias do Norte: General Juarez Tavora



Fonte: Revista O Cruzeiro – 08 de novembro de 1930

Um dos militares que apareciam recorrentemente nas páginas da revista *O Cruzeiro*, se tratava do General Juarez Távora. Afamado tanto por seu caráter militar, como pela simbologia patriótica que sua figura trazia, pois significava o progresso e a evolução do país, nas mãos dos militares. A ideia do militarismo estava tão arraigada na mente dos homens, e da população em geral, após a Revolução de 1930, que “[...] ser declarado inapto para o serviço militar significa ser considerado um zero a esquerda e perder qualquer chance de encontrar uma esposa” (BAUBÉROUT, 2014, p.206).

Apresentadas ao leitor essas duas idealizações de corpos masculinos, desejados pelos homens daquele momento, irei, agora, analisar alguns dos pensamentos que pareciam reger a composição destes corpos. Pois, “[...] devemos fazer um esforço para ver como diferentes modelos de Beleza coexistem em uma mesma época e como outros se repetem mutuamente através de diversas épocas” (ECO, 2004, p.14).

Sendo assim, pergunto-me: Quais concepções regiam as elites e intelectuais do momento, responsáveis por trazer novas acepções sobre a construção do que seria o corpo

dos homens brasileiros, e o “melhoramento da raça brasileira”, segundo se supunha? E qual seria (m) o (s) estereótipo (os) negados e rejeitados para essa sociedade dita como modernizante? Entretanto, é de suma importância, retomar enfaticamente, a questão de que os dados e discussões apresentadas aqui, serão apresentadas através dos olhares obtidos a partir da revista *O Cruzeiro*, e suas representações sobre a estética do corpo masculino.

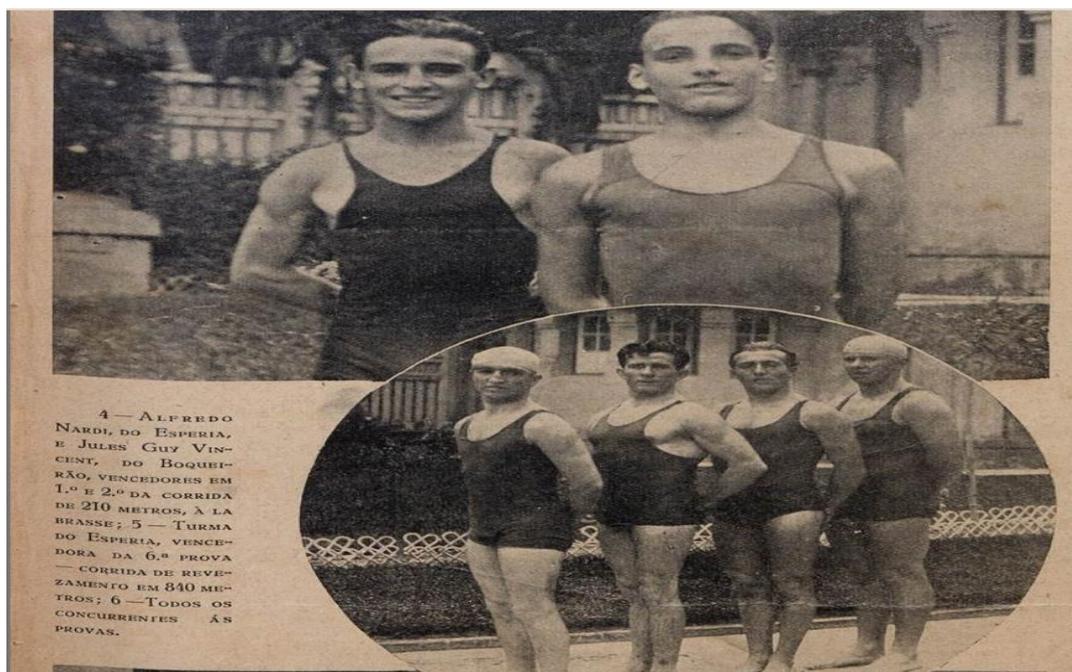
Para a formação desse ideal de indivíduo moderno de brasileiro, os intelectuais da época valeram-se das concepções trazidas pela eugenia. Sendo vista como responsável pela degeneração da “raça” brasileira, a miscigenação foi colocada de fora para a concepção do ideal de sujeito moderno; assim como o negro que foi retirado de todo esse panorama de formação, sendo responsabilizado, também, por toda a “parte ruim” que o povo brasileiro carregava em sua herança.

Para a nova ordem vigente, de corpo, modernidade e progresso, o corpo, não só masculino como também o feminino, precisaria atender as perspectivas da época. “Ganhar corpo é expressão decisiva, que designa os contornos, define uma densidade, sugere uma forma redonda, mas não que a pessoa é gorda” (VIGARELLO, 2010, p. 114). Assim como fala Vigarello (2010), ao tratar dos corpos entre os séculos XVI e XVII, percebo que “os braços, por exemplo, devem ser brancos, delicados e gentis nas mulheres, ao contrário dos homens, cujos os braços devem ser fortes, possantes, nervosos e musculosos” (VIGARELLO, 2010, p.115).

A palavra de ordem, na virada do século XIX para o século XX, a palavra de ordem vigente era o de “civilizar”, isto é “[...] ficar em pé de igualdade com a Europa no que se refere o cotidiano, instituições, economia, ideias liberais etc., nos anos de 1930 a questão fundamental é realizar um espécie de ajuste de contas entre o conjunto das ideias modernas e a realidade institucional do país” (HERSCHMAN, PEREIRA, 1994, p.21).

A influência que os esportes de cunho militar obtiveram para a composição do corpo masculino é de extrema relevância. Isso porque, os exercícios físicos não só visavam unicamente o treinamento militar, mas promovendo adequação, compostura e adesão as conveniências refinadas. Novamente, percebe-se a concepção do corpo belo, porém há por traz toda uma perspectiva voltada aos comportamentos masculinos.

Figura 32: Concursos Aquáticos



Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 19 de janeiro de 1929

Com a vinda das políticas modernizantes, de mudanças das estruturas espaciais e sociais, as ideias de formação de um homem genuinamente brasileiro que, lógico, precisava corresponder a certos padrões tidos como civilizados, moralmente éticos, sem vícios de más condutas, uma nova forma de pensar veio a permear a mente de muitos intelectuais brasileiros. Agora, a designação do pensamento nacional, na formação de uma sociedade nacionalizada não só estava nas mãos dos cientistas sociais; médicos e profissionais da área da medicina passaram a serem ativos na consciência dos comportamentos sociais que deviam ser adotados pela sociedade brasileira nesse contexto. As pessoas pobres e trabalhadoras foram sendo encaminhadas para os subúrbios, nas cidades metropolitanas, pois as áreas centrais se destinavam a pessoas de maior poder econômico.

É perceptível que as mudanças que estavam a ocorrer nas principais cidades brasileiras, como é o caso do Rio de Janeiro, ainda do século XIX, eram encabeçadas por higienistas e sanitaristas. A maior pretensão desse grupo de estudiosos era a associação dos problemas ocorridos socialmente, com os problemas de envolviam a saúde individual, como é o caso das constantes epidemias. As habitações populares passaram a ser o grande alvo de médicos sanitaristas, sendo considerados como ambiente propício para das doenças e práticas denominadas “promíscuas”.

Como já mencionei no capítulo I da presente dissertação, as correntes de estudos sociais que mais se desenvolveram nesse momento da história da eugenia brasileira foram: o positivismo comtiano, darwinismo social spenceriano e a antropologia criminal lombrosiana. A sociedade brasileira de então, foi comparada a um corpo orgânico, com seu sistema celular e sua perfeita função. Com isso, o Brasil foi problematizado como um corpo doente que precisava ser, urgentemente, medicalizado, e é por isso que, naquele momento, as políticas modernizantes e de busca da civilização vigoraram com tanto valor.

Os esportes vieram, também, para ajudar na própria questão de “melhoramento da raça” brasileira. Seu objetivo era abolir alguns vícios e promiscuidades a que estavam sujeitos a sociedade brasileira, por carregar nas suas heranças traços da miscigenação, sendo a mesma responsável pela degeneração da “raça” do povo brasileiro. Apesar da própria concepção da mestiçagem ser dita como algo bom e ruim para o povo brasileiro – como é o exemplo do homem nordestino, onde Durval Muniz traz a ideia de que a intelectualidade pernambucana deste mesmo período ter afirmado que essa mistura trazido um ser adaptado ao meio da região em que vivia, onde passou a produzir homens rústicos, resistentes, viris, fortes e altivos – os esportes puderam trazer a própria ideia de uma chance do povo brasileiro se regenerar por via não exatamente da eugenia, mas da higiene.

Se os esportes impactavam o cotidiano masculino no sentido de produzir uma referencia sobre o que seria um corpo desejado e desejável, por outro lado davam também pistas a respeito do que viria a ser um corpo masculino não aceito e degenerado.

Ainda me reportando à concepção da miscigenação através das práticas e eugenia e influenciadas pelas questões relacionadas a degeneração da raça brasileira, assim como em minha pesquisa, pude compreender que o corpo negro foi sendo colocado a margem de toda a discussão da melhoria da raça, sendo ele identificado como responsável pelos vícios e heranças degeneradas ruins no corpo dos homens modernos. Assim como fala Sevcenko:

No afã do esforço modernizador, as novas elites se empenhavam em reduzir a complexa realidade social brasileira, singularizada pelas mazelas herdadas do colonialismo e da escravidão, ao ajustamento em conformidade com padrões abstratos de gestão social hauridos de modelos europeus ou norte-americanos. Fossem os modelos da missão civilizadora das culturas da Europa do Norte, do urbanismo científico, da opinião pública esclarecida e participativa ou da crença resignada na infalibilidade do progresso. Era como se a instauração do

novo regime implicasse pelo mesmo ato o cancelamento de toda a herança do passado histórico do país e pela mera reforma institucional ele tivesse fixado um nexos co-extensivo com a cultura e a sociedade das potências industrializadas. (SEVCENKO, 1998, p.27)

Desta maneira, tudo aquilo que reportasse ao passado brasileiro, de colonialismo e escravidão, seria, gradativamente, colocado a margem de toda uma nova concepção vigente para época. O corpo negro masculino, foi visto como algo que remontasse ao passado pelo qual o Brasil, e uma elite intelectual brasileira, pretendia negar. Sendo assim, há um medo do indivíduo tender a ceder aos desígnios da promiscuidade, acabando de:

[...] perder prestígio na sociedade em que vive. E é esse medo de perda de prestígio aos olhos dos demais, instilado sob a forma de autocompulsão, seja na forma de vergonha seja no senso de honra, que garante a reprodução habitual da conduta característica, e como sua condição um rigoroso controle de pulsões em cada pessoa. (ELIAS, 1993, p.217)

Na figura 32, a qual escolhi para iniciar a discussão sobre o corpo masculino negro, referente aos Concursos Aquáticos Rio – São Paulo, já explorada anteriormente, é uma imagem que pude perceber a ausência de corpos negros masculinos. Como o leitor pode perceber, vemos corpos de homens atléticos; todos os rapazes estão posicionados em posição que procura ostentar virilidade e masculinidade. Porém, não há a presença de homens negros e mestiços, mas sim a predominância de homens brancos.

Figura 33: Vasco da Gama x América



Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 08 de junho de 1929

Porém, ao me deparar com a reportagem presente na edição do dia 08 de junho de 1929, pude perceber que em alguns esportes, como o futebol, havia, mesmo que timidamente e presença de jogadores negros. A reportagem acima mostra o jogo entre Vasco da Gama (o da esquerda) e América (o da direita), onde há a presença de um homem negro no time do Vasco da Gama (o terceiro da esquerda para a direita) e outro no time do América (o primeiro da direita para a esquerda), e a presença, também tímida, de jogadores mestiços. Sendo assim, a “[...] a ideia de regeneração da raça parece ancorar-se na crença de que é possível, por meio do esporte, fazer superar o que adjetiva de ‘psiquismo mórbido de nossa gente’” (LINHALES, 2009, p.41).

Um outro estereótipo corpo masculino, que passou a ser rejeitado pela sociedade moderna, levando em consideração seu ideal de higienização e cuidados com o corpo, foi o corpo característico do Jeca Tatu. Juntamente com os esportes, a imagem do homem saudável se recusa à figura do Jeca Tatu, que reunia o imaginário de todas as mazelas nacionais. Um corpo bem asseado, bem cuidado, era a promessa e pretensão da modernidade. A estética do homem moderno não estaria, apenas, nas suas roupas ou formas de se comportar. E estética corporal dos homens modernos também tinha a ver com um corpo asseado: unhas cortadas, cabelos bem penteados com brilhantina, um bom hálito; um bom perfume. Tudo o que a figura do Jeca Tatu não representava.

Figura 34: “O Jeca – Genesis Arruda”



Fonte: Revista *O Cruzeiro* - 14 de fevereiro de 1931

Desta maneira, como se pode ver na edição do dia 14 de fevereiro de 1931, onde há a representação do Jeca por Genesis Arruda, houve uma ideia do Jeca relacionado tanto à negação, como à gozação. Ria-se do que era feio, do que era jocoso; daquela imagem que estava longe de ser a ideia de estética e cidadão brasileiro que se buscava atingir naquele momento. Um homem que representava dentes podres, sobrancelhas juntas, barba malfeita, olhos com rugas e expressões flácidas; vestimentas aparentemente surradas, com um lenço ao redor do pesco e um chapéu de palha desengonçado. Ou seja, um habitante da zona rural. Tudo o que a modernidade consagrava como atraso e antiquado.

O Jeca Tatu reunia todo o imaginário que o Brasil pretendia negar: das mazelas nacionais. Sendo assim, o modelo masculino de Jeca Tatu passou a ser o contraponto do que seria o modelo ideal dos *Sportmen*, que se centrava na promessa de uma boa saúde e na aposta da diligência física; simbolizando, assim, um país livre de atrasos e arcaísmos, herdados pelo passado colonial-imperial.

O estereótipo montado, inicialmente, por Monteiro Lobato, e perpetuado por toda a década de 1920 e 1930, também será abordado no capítulo três, que será dedicado a estética do rosto masculino, sendo referenciado como estereótipo do que precisava ser negado e evitado pelos homens modernos da época.

De início os cuidados com as unhas e os cabelos não pareciam importantes para os homens que viviam longe do meio citadino. Porém, havia uma variedade de métodos estéticos, como o caso de determinadas práticas de higiene, se serviram de modelo de beleza e comportamento. Como o Brasil era um país que ainda respirava os ares do ruralismo eram frequentes as imagens dos homens montados a cavalo que desbravavam as matas. Do pescador paciente e forte, do caçador forte e astuto que com sua bravura e masculinidade passaram a ser talhadas pelo ambiente rural.

Seguirei agora para a discussão mais aprofundada sobre os esportes que permeavam o cotidiano dos homens modernos, e de que forma isso interferiria em suas subjetividades, levando em consideração as perspectivas sobre masculinidade e virilidade.

3.2 – A Busca pelo corpo Belo através dos esportes: *Football* e o Boxe

Dando continuidade às discussões do presente capítulo, como já anunciado no tópico anterior, iniciarei as problematizações concernentes aos esportes, como o meio pelo qual os homens modernos da elite recorriam para chegar ao tão desejado corpo que poderia trazer as concepções do moderno e, o mais imprescindível, que remontasse para sua masculinidade e virilidade.

Será de suma importância relatar ao leitor que, neste tópico, irei não só me aprofundar nas atribuições dos esportes para os homens modernos, como também me centralizarei na própria concepção da beleza – um desdobramento da estética, visto que a estética é formada através da divisão entre o que é belo e o que é feio (não desejado) – para a sociedade moderna do recorte temporal de 1920 a 1930. O que seria necessário para se chegar a corpos como os dos sportmen e militares?

Entretanto, para não deixar a pesquisa e o capítulo demasiadamente longos, resolvi escolher dois esportes que passaram a aparecer com maior frequência nas páginas da revista *O Cruzeiro: o football* e o boxe. A escolha também advém do fato de serem esportes que foram considerados por muito tempo como exclusivamente do meio masculino. Onde o homem pode, quase sempre, demonstrar sua virilidade e masculinidade, tanto pela prática quanto pela apreciação de ambos os esportes. Porém, sem dúvida podemos perceber a mudança desse olhar nos dias atuais, em pleno século XXI. Todavia, estou me reportando a um cenário do Brasil do século XX, onde havia a polarização de lugares através do gênero de cada indivíduo: práticas masculinas e práticas femininas.

A modernidade trouxe uma nova concepção do que seria o belo. Ou seja, como o sujeito deveria se portar consigo mesmo para, assim, atingir o belo considerado moderno, para o modelo de beleza do século XX. A beleza para a modernidade se comporta como uma revelação de si; a consciência de uma interioridade bruscamente ampliada. Baudelaire problematiza o que seria a beleza, para ele, enquanto espectador daquele momento de mudanças significativas:

[...] o belo inevitavelmente sempre tem uma dupla dimensão, embora a impressão que produza seja uma, pois a dificuldade em discernir os elementos variáveis do belo na unidade de impressão não diminui em nada a necessidade da variedade em sua composição. O belo é constituído por um elemento eterno, invariável, cuja quantidade é excessivamente difícil de determinar, e de um elemento relativo, circunstancial, que será, se quisermos, sucessiva ou combinativamente, a época, a moda, a moral, a paixão. (BAUDALAIRE, 1864, p. 15)

Sendo assim, a beleza tanto poderia ser adquirida por um processo natural do indivíduo moderno, ou seja, uma beleza de nascença; ou uma artefício que a moda poderia permitir. Segundo Vigarello, a Beleza viria a ser “uma característica central da modernidade, e abrigando cada um a ‘se inventar a si próprio’” (VIGARELLO, 2006, p. 109). Desta maneira, a beleza moderna demonstrada na revista *Cruzeiro*, está ligada ao cuidado consigo, a uma forma de interiorização da reflexão que se tem consigo próprio; seria uma prática que cabe apenas ao indivíduo o cuidado de si:

A velha noção “sublime”, considerada há muito como orientadora do belo e incremento da nobreza ou da grandeza, torna-se aqui descoberta quase que psicológica, extensão do pequeno espaço pessoal, sentimento íntimo desdobrado em brusca “ampliação” (VIGARELLO, 2006, p. 113).

Para Foucault, ao estudar as sociedades gregas e seu cuidado consigo, envolvendo, assim, o cuidado com sua própria alma, “[...] o homem deve velar por si mesmo”. O sujeito deveria assumir uma atitude individualista, “[...] caracterizada pelo valor absoluto que se atribui ao indivíduo em sua singularidade e pelo grau de independência que lhe é atribuído em relação ao grupo ao qual ele pertence ou as instituições das quais ele depende”. Foucault também irá discorrer sobre o sujeito transformando-se em objeto de conhecimento – do seu próprio conhecimento –, pois será um campo “[...] de ação de transformar-se, corrigir-se, purificar-se, e promover a própria salvação” (FOUCAULT, 2002, p. 131).

A beleza se apresentará, no contexto moderno, como uma forma de transformar-se, abrindo as portas para o novo. Mas também de purificar-se, pois o indivíduo deixa de lado heranças do antigo, trazendo a salvação e a luz para o sujeito moderno. Concepções modernas utilizam-se da beleza para fazer valer os conceitos trazidos por essa dita modernidade.

A vinda dos esportes para a sociedade moderna se mostrou com uma nova referência de civilidade que passava a causar não só a adesão e atração, como euforia e expectativa nos mais diversos segmentos da sociedade brasileira. Como já mencionado no capítulo anterior, a prática esportiva também estava vinculada com a própria ideia de melhoramento da raça brasileira, provocando a regeneração da raça e excluindo os vícios e promiscuidades de um passado colonial e imperial. Muito dos incentivos para a prática esportiva vinha da ideia da higiene e educação.

A instituição escolar também possuía a preocupação de tornar seus alunos, em sua maioria crianças, adeptas às práticas esportivas. Isso porque, toda a preocupação com o esporte trazia uma concepção de prática moderna, que passou a contribuir para trazer para a prática escolar dos sentidos e significados modernizantes, contribuindo para a superação de tudo que poderia remontar ao rústico, atrasado e ultrapassado:

O ser esportivo passa a ser uma representação do ser moderno, indicando a urgência em dotar a população amorfa de um grupo de indivíduos saudáveis, disciplinados, solidários, corajosos, alegres e plenamente aptos. Faculdades individuais sempre relacionadas a necessidade de fortalecimento da nação, e nesse caso o esporte assume, também, o status de um instrumento de destaque na produção de uma educação cívica. (LINHALES, 2009, p. 73)

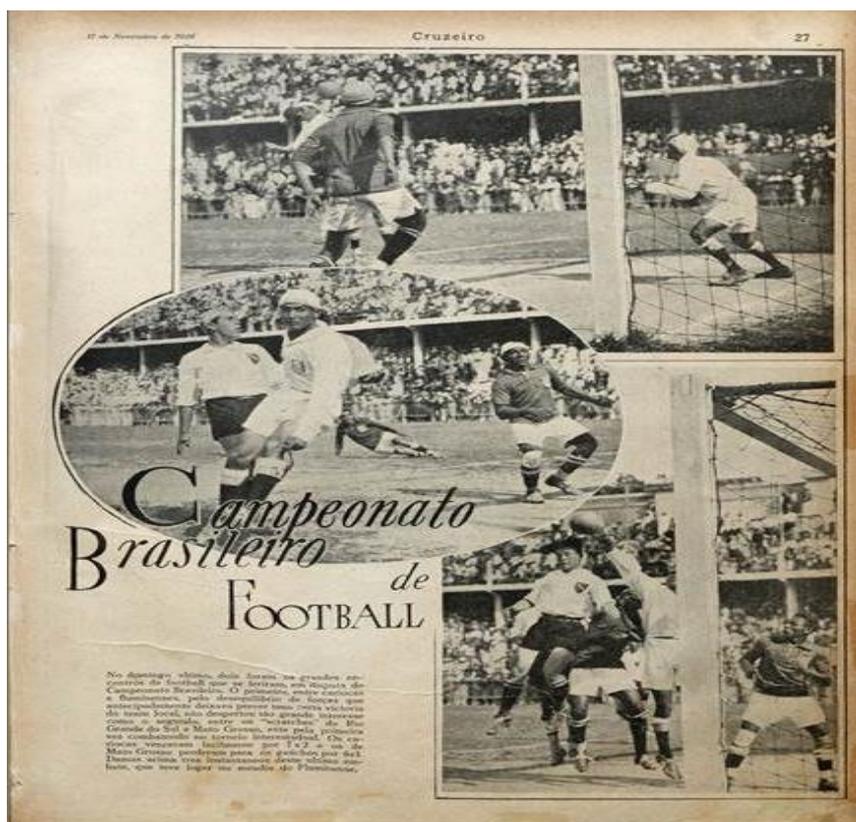
A prática de esportes passou a ser, principalmente em meados da década de 1920, um método para curar algumas mazelas que assolavam principalmente o corpo masculino, como é o caso da magreza excessiva, neurastenia e fraqueza. Havia, então, a expectativa da construção de uma “virilidade sã, moderna, diligente e veloz” (SANT’ANNA, 2014, p.261). Sendo assim, a prática dos esportes tinha imbricada em seus discursos a perspectivas de saúde, higiene, educação, disciplina, limpeza, beleza e eficiência.

Porém, existiam discursos contrários à perspectiva de que os esportes poderiam vir para a saúde da sociedade brasileira. Os esportes não estavam apenas sob a ótica de uma prática massifica e banal na vida do cotidiano dos brasileiros. Sua prática ainda levantava inúmeras suspeitas concernentes a uma ameaça a inteligência masculina e provável corrupção da virtude feminina. O debate que acontecia em torno da problemática do fazer esportivo reunia pros e contras sob a perspectiva de médicos, militares, educadores e esportistas.

Segundo Linhales (2014), em seu trabalho “Escola e O Esporte – Uma história de Práticas Culturais”, a autora passa a problematizar os discursos divergentes que haviam entre literatos e intelectuais da época sobre a práticas esportiva, principalmente nas décadas de 1920 e 1930:

Se o esporte era um modelo disciplinador de caráter, um regenerador da raça ou moralizador dos costumes – como ressaltavam, por exemplo, Coelho Netto e Fernando Azevedo -, para Lima Barreto ele era só um ‘espetáculo de brutalidade’, de absorção de todas as atividades que o futebol vinha trazendo a quase totalidade dos espíritos nesta cidade (LINHALES, 2009, p.48).

Figura 35: Campeonato Brasileiro de Football: Fluminense x Mato Grosso do Sul



Fonte: Revista O Cruzeiro – 17 de novembro de 1928

O football foi um dos esportes que mais observei sendo representado nas ilustrações e reportagens da Revista *O Cruzeiro*, demonstrando tanto a apreciação do público masculino por esse tipo de esporte, não só na sua prática em si, mas também como espectadores - de forma assídua – para essa determinada prática esportiva. Esta primeira matéria que trago, datada do dia 17 de novembro de 1928, foi um dos primeiros exemplares que mostravam como se processava a cobertura de jogos de football na Revista. Desta maneira, pode-se perceber a retratação do jogo entre Fluminense e Mato Grosso do Sul:

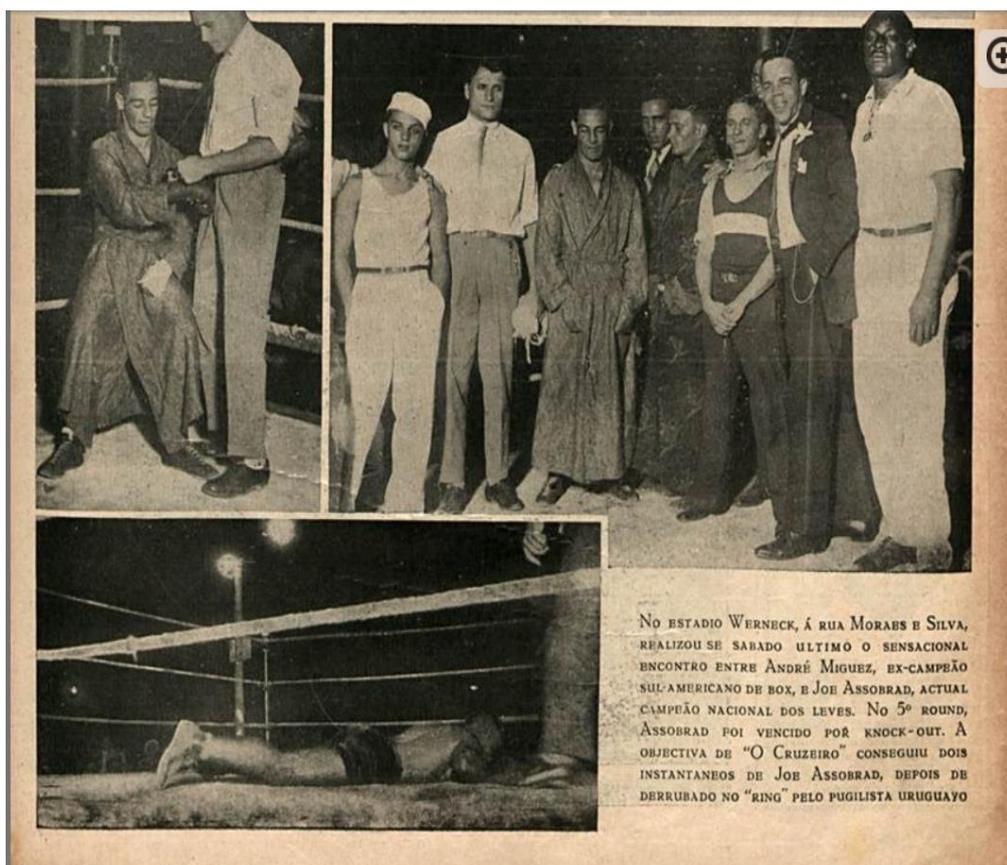
Campeonato Brasileiro de Football

No domingo ultimo, dois foram os grandes encontros de football que se feriram, em disputa do Campeonato Brasileiro. O primeiro, entre cariocas e fluminenses, pelo desequilíbrio de forças que antecipadamente deixava prever uma certa victoria do team local, não despetou tão grande interesse como o segundo, entre os “scratches” do Rio Grande do Sul e Mato Grosso, este pela primeira vez combatendo no torneio interestadaoal. Os cariocas venceram facilmente por 7x2 e os de Mato Grosso perderam para os gaúchos de 6x4. Damos acima três instantâneos deste ultimo embate, que teve lugar no estado do Fluminense. (REVISTA O CRUZEIRO, 1928)

Trazido para o Brasil por influência inglesa – pois o futebol é um esporte originalmente inglês -, pude perceber que o esporte futebolístico era pensado como uma produção cultural que, apesar da vinda de forma tímida, tinha a presença do mestiço, como já mencionado como tópico anterior, quando iniciei a discussão voltada para a presença de homens negros ou mestiços nos esportes, e citei, rapidamente, demonstrando que como o do corpo masculino negro e mestiço se fazia aparecer em um dos anúncios da Revista *O Cruzeiro* concernente ao futebol, como “a in(corpo)ração da ‘rasteira’, tanto como uma técnica corporal, uma vez que a maneira de praticá-la foi gradativamente se distanciando do cavalheirismo inglês” (LINHALES, 2009, p.45).

Por ter sido um esporte trazido por influência inglesa, o futebol sofria críticas por seu estrangeirismo, apesar de ter em sua composição práticas que ajudavam a corroborar para a disciplina dos corpos. Então, me propus a pensar nessa disciplina através de uma apropriação que fiz do pensamento de Foucault quando ele passou problematizar a disciplina dentro de instituições, como o sistema fabril e escolar, que possuíam – e ainda possuem- perspectivas de disciplina e vigilância de corpos. Sendo assim, penso o futebol, dando o seu caráter de prática disciplinadora como se “cada variável dessa força – vigor, rapidez, habilidade, constância – pode ser observada, portanto caracterizada, apreciada, contabilizada e transmitida a quem é o agente particular dela”. (FOUCAULT, 2008, p.124).

Figura 36: André Miguéz vence Joe Assobrad



Fonte: Revista O Cruzeiro – 15 de junho 1929

As matérias esportivas sobre o boxe também apareciam com frequência nas páginas das edições da Revista *O Cruzeiro*. Um esporte que, ainda mais que o futebol, exige maior força bruta, maior preparo físico; os atletas que eram mostrados nas páginas de matérias sobre o boxe, eram robustos e dotados de músculos, portando um olhar sério e de agressividade no qual o próprio esporte exigia. Os praticantes do boxe deveriam “[...] demonstrar constantemente sua virilidade sua heterossexualidade, a fim de provar a legitimidade de seu pertencimento ao grupo macho dominante cuja função integradora vem apenas atenuar o déficit de reconhecimento social” (BAUBÉROUT, 2014, p. 202).

A matéria que trago mais a cima diz respeito à luta de Boxe entre André Miguéz e Joe Assobrad, realizada no estádio Werneck. Analisando a imagem, podemos notar a presença exclusiva de homens, que poderiam fazer parte da equipe de treinamento de um dos atletas, mostrando o quanto esse esporte estava sendo algo que era voltado ao público masculino.

Talvez, numa sociedade que estava a conviver com os impactos e comodismo da vida moderna, como mostrado no capítulo anterior, através dos carros e outros acessórios e tecnologias, que poderiam colocar a prova a masculinidade e virilidade dos homens modernos - e as mulheres, mesmo que timidamente, estavam saindo do meio privado do cuidado com o lar, - o *boxer* poderia ter sido uma forma de procurar “restaurar uma virilidade intacta (o gênio) e uma feminilidade pura (o sexo), destruir uma sociedade de homens efeminados ou de mulheres virilizadas reconstruir uma sociedade verdadeira” (LE RIDER, 1993, p.195). Desta forma, todo cuidado seria pouco com relação a masculinidade e virilidade dos homens modernos, o receio de mostrar-se socialmente não másculo o suficiente, fazia parte do cotidiano do sujeito masculino da época. Desta forma, “A presença do desejo pelo mesmo sexo retira-lhe a possibilidade de identificar-se como um homem, e só esse homem [...]” (COSTA, 1993, p. 82).

3.3 – Não basta ser atlético tem de ser saudável e bem cuidado: A Estética Corporal Masculina pelos Olhares da Higiene

Feitas as discussões sobre os estereótipos masculinos que passaram a ser representados no decorrer das páginas da Revista *O Cruzeiro*, nos anos de 1928 a 1931, e intercalando com as concepções sobre os modelos de corpos masculinos não aceitos pela sociedade moderna; para posteriormente adentrar na perspectiva dos esportes como forma dos homens modernos atingirem o tão sonhado corpo, que ostentasse modernidade e masculinidade exaltando sua virilidade - no qual, para uma maior aprofundamento, escolhi dois esportes: o futebol e o Boxe.

Desta maneira, irei, neste terceiro e último tópico adentrar na problemática sobre a higiene e o cuidado com o asseio que fizeram parte do cotidiano dos homens modernos. Trazendo anúncios e propagandas sobre determinados produtos que poderiam ser, ou não, exclusivamente do uso masculino. Assim como também, irei adentrar na questão dos medicamentos que os homens modernos se faziam valer para a volta a saúde e manutenção de uma virilidade e controle sob suas pulsões.

Como já dito anteriormente foram sendo desenvolvidas ao longo da problemática concernente a eugenia brasileira. Desta maneira, houve uma preocupação contundente sobre a perspectiva da higienização, considerada, por uma elite intelectual formada por médicos higienistas e sanitaristas, como um corpo orgânico, com seu sistema celular e

sua perfeita função. Desta maneira, o Brasil fora considerado um organismo que precisava ser medicalizado, e é por isso que, naquele momento, as políticas modernizantes e de busca da civilização vigoraram com tanto valor. O indivíduo necessitava “[...] controlar suas emoções passageiras e transformar ainda mais fortemente as energias da libido” (ELIAS, 1993, p. 228).

Os projetos eugênicos dos educadores surgiram entre décadas de 1920 a 1940, a partir de campanhas relacionadas a saúde a higiene pública. Havia os defensores da saúde e higiene pública que se promulgavam como inovadores em seus projetos de mitigar alguns efeitos da pobreza em adultos e crianças. Havia as promessas de atendimentos médico público, assim como a perspectiva de acesso à escola das crianças, como forma de divulgar e disseminar as questões de higiene e saúde pessoais.

Desta maneira, há

Uma pedagogia higienista, organizada pelos poderes públicos na figura de médicos, comerciantes, estilistas, arquitetos e professores começa a dar início a uma conscientização hígida, tendo como pressuposto a incorporação da limpeza as práticas do bom comportamento. (SOARES JUNIOR, 2014, p.44)

Utilizando-me da problematização trazia por Umberto Eco, quando o mesmo passa a fazer uso da perspectiva em torno imagem dionisíaca e apolínea trazia por Nietzsche, percebo o ideal de corpo masculino sanitizado e higienizado, como algo voltado a harmonia:

[...] entendida como ordem e medida, exprime-se naquela de Nietzsche chama de Beleza Apolínea. Mas esta Beleza é ao mesmo tempo um anteparo que tanta cancelar a presença de uma Beleza Dionisíaca, conturbadora, que não se exprime nas formas aparentes, mas além das aparências. (ECO, 2004, p.58)

Nas décadas de 1920 e 1930, apesar dos discursos sobre os benefícios do banho de mar e de sol, a pele branca ainda passava a dominar as propagandas de diversos produtos de beleza, principalmente para as mulheres. Havia, até mesmo conselhos que sugeriam que a pele escura seria uma proximidade com a sujeira, a doença e a impureza. Entretanto, as elites tinham dificuldade em comprovar uma certa pureza racial. Os anúncios de pós cremes para o rosto eram menos dispostos a fazer tais conciliações. Neles, os brancos associavam-se as condutas saudáveis e a um modelo único de beleza.

Sendo assim, para adquirir um corpo saudável, homens e mulheres recorriam a produtos para a tonificação e limpeza do corpo. Como também, produtos da cosmética enaltecer e reestabelecer a beleza. Desta maneira, os novos remédios para beleza se tornam novidades para o contexto moderno e urbano. Segundo Sant’ana, “aliados as preocupações higiênicas, inúmeros cuidados com o corpo tendem a ser tratados, unicamente, sob a prima medicinal [...]” (SANT’ANNA, 2005, p.225)

Porém, em minhas pesquisas na revista *O Cruzeiro*, nos anos de 1928 e 1929, não encontrei anúncios que se destinassem, exclusivamente, ao cuidado do corpo asseado masculino. Apesar de encontrar, principalmente nos anos de 1930 e 1931, produtos destinados a cuidar do rosto, cabelos – no caso a calvície. Sendo assim, Sant’Ana explica que, “[...] a especificidade de produtos femininos e masculinos não era comum [...]” (SANT’ANNA, 2013, p.) nos anos de 1920. Na maioria das vezes, encontrava-se produtos destinados a revigorar a saúde de toda a família, como é o caso da “MAGNESIA S. PELLEGRINO”, encontrado no exemplar de 16 de fevereiro 1929:

Figura 37: Magnesia S. Pellegrino



Fonte: Revista Cruzeiro - 16 de fevereiro 1929

A narrativa publicitaria no anuncio do tônico Allak não se restringe a nenhum sexo, em especifico. Sua intenção é demonstrar os benefícios que o indivíduo terá ao utilizar o tônico. A década de 1920 deu atenção maior para produtos destinados a rejuvenescer as aparências e curar qualquer tipo de doença. Porém, essa mudança de conscientização, para o cuidado com o corpo, foi particularmente difícil para os homens; o seu receio de assemelhar seus gestos e comportamentos ao feminino, esteve presente.

O homem precisaria manter sua seriedade, firmeza e prontidão, mas aliados a um cabelo bem penteado e uma saúde intacta. Desta maneira, pude perceber que, anúncios e propagandas dos anos de 1928 e 1929, não haviam, para a perspectiva da preocupação com a saúde corporal, “medicamentos” que fossem do uso exclusivo masculino.

Para obtenção de um corpo belo e asseado fazia-se necessário o uso de tônicos, laxantes, exilires, emolientes, “[...] mas também todo um repertório de pós, loções, cremes, pomadas, emplastos, sabões, sabonetes, xampus, tinturas, descolorantes [...]” (SEVCENKO, 1993, p.554), enfim, tudo aquilo que fosse utilizado para o apuro da higiene corpórea. Agora entra em cena a intenção deliberada de denotar o cuidado metódico com a saúde, aplicado no desenvolvimento da exuberância saudável.

Figura 38: Pastilhas Minorativas



Fonte: Revista *O Cruzeiro*: 02 de Agosto de 1930.

Sendo assim, essa exuberância corporal, e harmonia das formas, só poderia ser encontrada e adquirada, quando todo o corpo tivesse em pleno funcionamento,

principalmente em suas funções vitais. Desta maneira, trago acima um dos primeiros anuncios que a Revista *O Cruzeiro* traz, onde relatava um problema fisiológico que atingia os homens da época: a prisão de ventre. Este anuncio foi, também, um dos primeiros que percebi algo dirigido diretamente ao homem.

A narrativa trazia pela propaganda das “Pastilhas Minorativas” que a Revista *O Cruzeiro* mostra diz

O homem mal humorado é flagello social! Detestado pelos companheiros de trabalho, odiado pelos empregados e subordinados, evitado pelos parentes, não tem amigos e muitas vezes chega a ser indesejado no proprio lar. A prisão de ventre é muitas vezes a causa de mau humor, visto como alegria é reflexo de um organismo bem equilibrado [...] (LINHALES, 2014, p.46)

Vemos que o anuncio se dirige ao homem que sai do lar, meio privado, e adentrada na vida publica: no trabalho e na relação com os amigos. Percebi, então, ao ler tal narrativa as principais preocupações dos homens modernos: trabalho, amizade e o lar. Suas preocupações concernentes a esses três elementos que o próprio anuncio das pastilhas passou a trazer a perda desses três elementos como consequência da prisão de ventre, necessitando ser tratada e cuidada pelas “Pastilhas Minorativas”.

Pensando na perspectiva do meio público, na relação dos homens modernos com os amigos, trabalho e “subordinados” é possível dizer que “[...] para afirmar uma identidade masculina, deve convencer-se e convencer os outros de que não é mulher, não é um bebê(...)” (BADINTER, 1992, p.34). Sendo assim, essa masculinidade reafirmada – para si para os outros – é dita através do equilíbrio, que as “Pastilhas Minorativas” prometem proporcionar aos homens modernos que foram acometidos com esse mal, e resolvem se tratar com tais pilulas.

E o equilíbrio, motivado pela razão, sempre foi um atributo colocado aos homens. Enquanto o emocional, e por assim dizem o desequilibrado, foi uma emoção dada as mulheres, sendo, tal explicação, historicamente justificadora de inúmeras práticas de subordinação da figura feminina em detrimento da masculina. Sendo assim, o desequilíbrio que a prisão de ventre poderia causar no homem, o faria assemelhar-se à uma mulher, denotando efeminização de sua imagem.

Figura 39: Nutrion

KOHOL NEWYORK

Quando nossos Antepassados caçaram os Mamutes...

A natureza, mãe piedosa e pura, como a denominou o poeta, é mera imagem litteraria. A natureza, ao contrario, é madrasta. É aspera. É brutal. Só o forte a subjuga e a applaca. E os que não a vencem são vencidos por ella.

O homem pre-historico combatia-a sósinho, servido apenas pelo seu vigor physico, que se robustecia na lucta.

O homem moderno vence-a com as armas poderosas do seu engenho mecanico. A vida organica do homem moderno, porém, - no manejo facil de seus aparelhos ou no exercicio da intelligencia - pouco ou quasi nada sollicita da actividade muscular. Por isto o organismo do homem moderno necessita de um agente tonico exterior que o estimule e o retempere, substituindo para o corpo - conservando physiologicamente invariavel atravez das edades, - a fonte de vigor que era a acção para um antigo caçador de mamute.

E o agente tonico, por excellencia, é o Nutrion, o melhor fortificante conhecido, que combate o fastio, retempera os musculos e dá equilibrio ao systema nervoso.

NUTRION

Fonte: Revista O Cruzeiro - 28 de novembro de 1931.

Os anos de 1930 e 1931 foram aqueles os quais encontrei anúncios de produtos que se preocupam com a saúde dos homens modernos, lembrando, sempre, da questão da volta da atividade viril – a força – masculina. Na figura trazida a cima há uma “conversa” do agente tônico Nutrion com o homem moderno, o fazendo convercer do seu vigor físico e forma para o trabalho.

Desta maneira, o anúncio traz

O homem pre-historico combatia-a sósinho, servido apenas pelo seu vigor physico, que se robustecia na lucta.

O homem moderno vence-a com as armmas poderosas de seu engenho mecanico. A vida organica do homem moderno, porém, - no manejo facil de seus aparelhos ou no exercicio da intelligencia – pouco ou quase nada sollicita da actividade muscular. Por isto o organismo do homem moderno necessita de um agente tonico exterior que o estimule e o retempere, substituindo para o corpo – conservando physiologicamente invariavel atravez das edades, - a fonte de vigor que era a acção para um antigo caçador de mamute. (REVISTA O CRUZEIRO, 28 DE NOVEMBRO DE 1931)

Sendo assim, pode-se perceber o quanto o vigor físico masculino estava sendo levado a sério. Há um claro movimento de comparação entre o homem pré-histórico e o homem moderno, enaltecendo o homem moderno pela oportunidade em ter a

possibilidade utilizar um tônico que revigorasse a sua força; força a qual estaria ligada aos seus músculos. Apesar de não menosprezar, ou se desfazer, da figura do homem pré histórico, ao afirmar que sua força física era dita através da luta e de forma solitária, e, também, ao final, quando a narrativa traz a questão da volta do vigor físico do homem moderno, se igualando a do homem pré histórico, o a nuncio do agente tônico faz menção de que o homem moderno estava mais a frente do que o homem pré- histórico.

Desta forma, “A identidade masculina está associada ao fato de possuir, tomar, penetrar, dominar e se afirmar, se necessário pela força” (BADINTER, 1992, p.99). Porém, seria uma força que estaria ligada a sua inteligência, por estar inserido numa sociedade que priorizava o uso o intelecto e da razão – atributos já mencionados anteriormente como sendo direcionados, por natureza, aos homens. Era preciso ter “[...] o domínio da eloquência máscula, instrumento de dominação social válida tanto na esfera política quanto no mundo dos negócios” (BAUBÉROT, 2014, p. 200).

Para finalizar o capítulo, pode-se perceber o quanto a Revista O Cruzeiro, nas suas representações, pôde forjar esteriotipos corpos masculinos almejados, e corpos masculinos rejeitados. Os esportes foram utilizados não só para moldar o corpo masculino, como também para elaborar a identidade masculina, na tentativa sempre tenaz de fugir de algo de remontasse fragilidade e ao efeminado. Além de que, por traz de todo um discurso voltado a saúde e manutenção da ordem corporal masculina, havia cautela em fazer com que tais cuidados não atentassem contra a masculinidade e virilidade desses homens.

Sendo assim, preocupação com a estética corpral masculina estava, presente no meio masculino. Nos corpos dos homens modernos houve aglomeração em torno deles mesmos vários envelopes, nos quais indicavam o meio social em que viviam e os seus gestos e sentir o mundo moderno. Esses homens modernos estavam a passando eplas ccontradições dentro de si: conviver com a comodidade e os benefícios adquiridos com a modernidade, mas sem feminilizar seu corpo e seus gestos. Sentir o moderno, para os homens do século XX, também foi transfigurado na beleza; não só a beleza do corpo, mas a beleza de comportamentos e de formas.

3.4 – “Antes de se ensaboar use o – CREME HINDS” – As Representações Faciais masculinas para a modernidade, na Revista *O Cruzeiro*:

Além de seus corpos, os homens brasileiros passaram por uma ressignificação no que tange a constituição do seu rosto, ou seja, o que viria a ser um belo rosto masculino. Seria um homem de barba ou sem barba? Qual o imaginário implícito na barba? Como deveriam ser suas feições? Deveriam ser sérias, alegres ou serenas? E os cabelos? Qual a melhor forma de penteá-los? Seriam os cabelos longos ou curtos? Desta maneira, caro leitor, dou início ao tópico que terá como preocupação todo o rosto dos homens brasileiros. Levando em consideração as suas representações nas páginas da Revista *O Cruzeiro*, pois foram entre propagandas de lâminas para barbear e tônicos contra a calvície que o modelo de rosto masculino brasileiro foi sendo moldado.

Desta maneira, o rosto masculino foi moldado partindo as concepções que recusavam o passado. Assim como o corpo, o rosto masculino também teve impactos na sua constituição.

Figura 40: Capa da Revista O Cruzeiro edição do dia 12 de julho de 1930



Fonte: Revista O Cruzeiro – 12 de julho de 1930

Ao me deparar com essa imagem, referente a capa da edição de 12 de julho de 1930, pude me impressionar com as feições do rosto masculino, nas quais lembram bastante o feminino. Um rosto que, aparentemente está maquiado – com sombra, cílios exaltados, rouge (o que hoje conhecemos com blush), nos lábios algo que lembra a tonalidade de um batom. Também percebi as feições delicadas, a boca finamente desenhada, os olhos expressivos – que recordam as representações do olhar feminino -, as sobrancelhas arqueadas e bem desenhadas.

Indo além da imagem do rosto, pude perceber a gesticulação feita pelo modelo representado na capa: sua mão no queixo, em ato pensativo, onde as unhas de suas mãos estariam pintadas; gesticulação essa que lembra os trejeitos femininos. O olhar contemplativo das mulheres também é algo que não pode ser deixado de levar em conta, isso porque suas percepções daquele homem estavam sendo de satisfação, como se estivessem maravilhadas com o que estavam vendo. Não consigo afirmar se

esse olhar era pelo fato de ser “um belo homem”, ou se pelo fato de todas elas ensejarem se assemelhar a ele.

Diante dessa feminização da figura masculina, algo que já foi trabalhado no tópico anterior do presente capítulo, na imagem, vejo que é importante retomar a discussão antes já vista. Esse modelo de homem representado na imagem a cima é uma antítese ao modelo que, nesse momento se custava a negar. Ou seja, o modelo de homem que o século passado queria sempre reforçar. Segundo Zica (2015) “esses homens extremamente preocupados com sua imagem pública, violentos e impiedosos para com as mulheres e para com qualquer um que ameaçasse sua honra [...]”.

Tendo sua crise instaurada nos finais do século XIX e início do século XX, esses homens do Império tiveram uma dificuldade em assimilar a vinda de novas políticas modernizantes, no pensamento progressistas e civilizatório da sociedade, assim como as comodidades da vida moderna, e sua masculinidade. Como o leitor irá ver a seguir, alguns símbolos da masculinidade do século passada foram caindo por terra, dando início a novos símbolos que os rostos dos homens brasileiros passaram a conviver.

Paradoxalmente a imagem da capa da Revista O Cruzeiro, Sant’anna (2014) mostra que “[...] havia uma tendência em considerar os traços faciais harmoniosos como qualidade mais femininas do que masculinas. Em várias regiões do país, concordava-se que a beleza com alguns aspectos feroz ou mesmo brutal cabia muito bem aos homens” (SANT’ANNA, 2014, p.28). É para tanto que, segundo a autora as mulheres que deveriam possuir rostos delicados ou faces, mas os homens possuíam caras, onde “[...] no lugar de deslizar um creme hidratante, o mais indicado era passar a navalha de barbear” (SANT’ANNA, 2014, p. 29).

Ainda me reportando a imagem a cima, para estabelecer outra problematização, pude perceber, assim como o leitor também pôde notar, que há a ausência de um elemento que, por muito tempo foi símbolo da masculinidade: a barba.. Como deveriam ser os seus sorrisos? Seus gestos faciais? Onde de forma tímida, já iniciei essa discussão no parágrafo anterior.

Para que se possa falar nas feições dos homens modernos, deve-se levar em consideração as perspectivas das expressões e suas subjetividades. Remontando-se aos finais do século XVIII, e a sociedade europeia em suas iniciações ao estudo da ciência chamada de fisiognomia, Courtine e Haroche (2016) mostram que a expressão passou a ser algo próprio do indivíduo, onde “[...] não há nada no homem que não seja expressão [...]”. Pensar um domínio absoluto do rosto é impossível, segundo os

autores, isso porque não “[...] há no orgânico alguma coisa que escapa ao império da vontade” (COUIRTINE; HAUCHE, 2006, p. 126). A expressão é algo no campo do subjetivo, ou seja, aquilo que perpassa aos interesses do sensível, onde os sistemas de gestos são ao mesmo tempo sensíveis e energéticos.

Entretanto, pode-se perceber que essa “ciência do rosto” – na qual Courtine e Haroche mencionam ao trabalhar com os avanços das ciências dedicadas ao rosto e suas tentativas de definição do caráter humano – bebem do que foi uma iniciação das ciências trazidas pela eugenia. Perceba, caro leitor, como é frequente estarmos nos reportando a questão da eugenia e o impacto que a mesma teve para com a sociedade, como uma ciência que veio a ser um divisor de águas na vida e nas subjetividade dos indivíduos.

Desta maneira, a morfologia facial também passou a ser um lugar que “[...] se vão reunir os sinais indicadores da degenerescência que leva de maneira continua desde o ideal físico e moral do homem ocidental até as formas mais primitivas da animalidade, via homem selvagem” (COUIRTINE; HAUCHE, 2016, p.111). Com isso, para se estudar o rosto, seria necessário compreender e estudar o crânio, onde os sinais morfologicamente estáveis iriam promover uma dedução do que poderia ser a alma do indivíduo; é nesse momento que nasce a craniometria.

Mas, então, que modelo de rosto deveriam conceber? De maneira geral, se impunha que as condições sociais e culturais eram elementos decisivos para a compreensão e definição de traços físicos de cada organismo. Pensando numa perspectiva do século XIX, compreendo que “[...] aos hábitos e costumes, chega-se com frequência a considerar nessa época que o rosto e o corpo carregam os traços da educação recebida” (COUIRTINE; HAUCHE, 2016, p.133). A própria ciência da fisiognomia considera que a civilização imprime suas questões não só ao corpo, como ao rosto.

A fisiognomia passava a ser um dos fundamentos essenciais para a invenção de um novo homem republicano e virtuoso; um instrumento da fabricação do cidadão. Atrelando as problematizações feitas pela fisiognomia, e suas implicações e influências, pode-se considerar que a questão dos processos civilizadores requer “[...] umas perspectiva de longo prazo, investigações sociogénéticas da estrutura total, não só de um único Estado-sociedade mas do campo social formado por um grupo específico de sociedades interdependentes, e da ordem sequencial de sua evolução” (ELIAS, 1993, p.239).

Sendo assim, pensar nas expressões faciais dos homens modernos, é ter em mente que tal questão estava sob a ótica da sensibilidade; onde nos sentimentos e nas suas manifestações pode-se encontrar seus verdadeiros traços, e, por muito tempo, achava-se que dentre essas expressões poderiam encontrar o caráter de cada indivíduo; sua alma, seu ser anterior. As ciências – como falado anteriormente “a ciência do rosto” quis caminhar por esses caminhos; percebendo, a partir de caracteres do rosto do suas prováveis manifestações interiores.

Antes de continuar a discussão sobre o que era o rosto masculino do período dos finais dos anos de 1920 e início dos anos de 1930, gostaria de fazer uma ressalva ao leitor, diante das fontes que pretendo apresentar no seguimento dessa narrativa. Trata-se do fato de que o leitor irá ver mais anúncios dos anos de 1930 e 1931, no que tange a problematização sobre o rosto, e ainda mais, o masculino. Isso porque, como já havia falado anteriormente, não havia essa exclusividade de produtos para o rosto masculino, quando haviam, eram mais voltados para as mulheres. Foi apenas na passagem dos anos de 1929 a 1930, que pude encontrar na revista “*O Cruzeiro*”, marcas de produtos que se preocupavam com o rosto e beleza do homem, desde do cuidado com a barba, até a manutenção de uma pele macia. Já em se tratando da calvície, pude encontrar documentações que remetem ao cuidado e prevenção da mesma.

Ainda me reportando à imagem da edição do dia 12 de julho de 1930, pude perceber que o homem representado se assemelha ao estereótipo que tento venho trabalhando no decorrer da pesquisa, que se trata do almofadinha, ou, até mesmo, o dândi. Desta vez, eu retomo e dou inserção ao que Sant’anna (2014) diz sobre o dândi, quando a mesma fala que “[...] ele representou um dos ideais da beleza masculina cultuada por um pequeno grupo de jovens boêmios e românticos. A figura do dândi foi alvo de críticas por parte daqueles que o consideravam deveras ‘almofadinha’ excessivamente vaidoso para os padrões morais da época (SANT’ANNA, 2014, p.29).” É interessante notarmos como a figura do almofadinha lembra a feminização da figura masculina. Onde que, para alguns passava a ser idealizada e objetivada pelos homens jovens do momento, ele é dito como uma ameaça masculinidade e virilidade da época.

Figura 41: CREME HINDS

40 O Cruzeiro

Antes de se ensaboar
use o
CREME HINDS

Humedeça bem a barba com o Creme Hinds, esfregando-o de leve. Isso refresca a pelle e abranda a barba.

Com a face ainda humida, ensabõe-se como de costume. A navalha cortará de modo admirável, sem irritar a pelle.

Depois de terminar e de enxugar o rosto, use mais um pouco de Creme Hinds para a pelle ficar macia e delicada.

E ao terminar
use o
CREME HINDS

Fonte: Revista O Cruzeiro - 12 de abril de 1930

Voltando a questão da barba – na qual pedi licença ao leitor para fazer uma discussão sobre a ideia da expressão, e como a mesma surgiu como forma partindo da análise feita em meados do século XVIII, trazida pela fisognomia e, posteriormente, a ciência do rosto – trago nessa imagem abaixo referente ao “CREME HINDS”, um dos primeiros produtos que encontrei durante a pesquisa na Revista *O Cruzeiro*, que se preocupavam com a estética masculina, nesse caso o rosto.

Na narrativa trazida pelo creme Hinds, vemos que há tanto a ideia dos resultados obtidos com a utilização do mesmo, quanto as instruções para o leitor, e provável consumidor, para um melhor resultado do creme. Sendo assim, o anúncio, inicia sua narrativa da seguinte maneira:

Humedeça bem a barba com o Creme Hinds, esfregando-o de leve. Isso refresca a pelle e abranda a barba. Com a face ainda húmida, ensaboe-se como de costume. A navalha cortará de modo admirável, sem irritar a pelle. Depois de terminar e enxugar o rosto, use mais um pouco de creme Hinds para a pelle ficar macia e delicada” (REVISTA O CRUZEIRO, 1930, p.40)

Ao anunciar que a utilização do creme Hinds poderia deixar a pele do homem que fazer uso dele, macia e delicada me chamou bastante a atenção. Isso porque, e fazemos um retorno a discussão que comecei no início do tópico com a imagem da capa da revista,

volto a questão da feminização da figura do homem, que passava a ser um paradoxo, levando em consideração que os homens procuravam reforçar sua masculinidade. Como reforçar a masculinidade se o próprio rosto passava a se assemelhar ao de uma mulher? Partindo dessa prerrogativa busco pensar além. Proponho, caro leitor, a pensar sobre o ato de “fazer a barba”, onde passava a ser um rito de passagem na vida de um indivíduo masculino, onde ele deixava de ser um mero menino e adentra no mundo classificado como “coisas de homem”. Homem esse que terá que assumir diversos papéis impostos pela sociedade; dentre deles anexar aos seus cuidados diários com sua beleza o fato cuidar da sua barba.

Desta maneira, o que se pode perceber que o fato de “fazer a barba” seria um marco na vida de homem, pois a “a barba diferenciava os adultos dos rapazinhos muitos jovens [...]” (SANT’ANNA, 2014, p.29). Desta maneira, ainda me utilizando de Le Rider (1993) o ato de fazer a barba correspondeu” [...] a violência que ele exerce contra si mesmo ao identificar-se com a imagem do pai e ao rejeitar seu próprio desejo de retorno ao estado da infância, que seria também regresso a esfera maternal, feminina” (LE RIDER, 1993, p.143).

Figura 42: Lâminas Gillette

— AS VANTAGENS DA LEGITIMA GILLETTE. —

Gillette

— Vocês têm razão!
De hoje em diante
vou usar

LAMINAS
Gillette legítimas!

Estas lâminas serem nas navalhas Gillette do tipo antigo.

Não se exponha às zombarias dos amigos e colegas... Qualquer cicatriz no rosto chama a atenção e, muitas vezes, provoca o riso... Abandone para sempre as lâminas de imitação...

As lâminas Gillette legítimas, do tipo de tres furos, estão à venda a preços acessíveis, graças à apresentação da Gillette do novo modelo.

Exija lâminas Gillette legítimas e verifique si o pacote verde tem essa marca. Insista pelo producto original. Não se deixe suggestionar!

Pacotes de
10 LAMINAS
8\$500

5 LAMINAS
4\$500

Gillette Safety Razor Co. of Brazil
Caixa Postal 1797 — Rio de Janeiro

Fonte: Revista O Cruzeiro; 28 de novembro de 1931

Acima podemos ver um anúncio referente as marcas Gillete, correspondentes as lâminas que são mais recorrentemente vistas no transcorrer das páginas da revista *O Cruzeiro*. Ao me deparar com o anúncio do dia 28 de novembro de 1931, pode-se perceber quatro homens conversando, no que aparenta ser uma mesa de escritório executivo, em que um deles estava segurando um papel, que talvez fosse um contrato ou um acordo financeiro, entre ele e os homens que estavam ali presentes.

Talvez, entre uma conversa e outra de negócios, o homem que estava a segurar o papel reverberou sua sensação ao utilizar as lâminas Gillete: “- Vocês têm razão! De hoje em diante vou usar lâminas GILLETTE!” (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p.30). E a narrativa do anúncio prossegue: “Não se exponha as zombarias dos amigos e colegas... Qualquer cicatriz no rosto chama atenção e, muitas vezes, provoca o riso... Abandone para sempre as lâminas de imitação...” (REVISTA O CRUZEIRO, 1931, p.30). Nesse discurso, logo no início do anúncio, com a intenção de chamar a atenção do leitor – e provável consumidor - dos cuidados com seu rosto. O olhar vigilante! Não só o seu com si próprio, mas o olhar do outro para prováveis imperfeições em seu rosto.

Esse olhar vigilante colocado pelo anuncio da Gillette, trata-se, muitas vezes, de um olhar disciplinador, onde os homens modernos se sentem na necessidade de se colocarem a pertencentes do modelo de rostos masculinos para a época: o rosto sem cicatrizes. Na busca pela explicação do olhar disciplinador em Foucault, Bruno (2014) traz a questão desse próprio investimento no olhar que disciplina e ordena:

O investimento disciplinar sobre os indivíduos e seus corpos – gestos, atividades, exercícios, cumprimento de regras, regulamentos, horários-obedece a uma escala ótica e a uma estratégia de visibilidade que pretende ser ao mesmo tempo minúscula e total. Minúscula porque a disciplina, tal como Foucault a descreve, é a anatomia política do detalhe que estende ao mundo laico e ao mundo no indivíduo comum o que já importava para a teologia e o ascetismo. (BRUNO, 2014, p.59)

Figura 43: Stacomb

MULHERES formosas e cavalheiros galantes. Seu cabelo bem cuidado, symbolo innegavel de distincção e esmero, indica o uso de Stacomb. Porisso que o Stacomb não só conserva penteado o cabelo como tambem torna-o sedoso e brilhante.

Stacomb

Nas melhores perfumarias e pharmacias ou remette-se amostra mediante \$500 em sellos postaes.

Warner International Corporation
Rua Conde de Bomfim, 214
Rio de Janeiro

EM O CRUZEIRO OS ANUNCIOS SÃO PARTE INTEGRANTE DO TEXTO E NELLE COLLOCADOS COMO FACTORES INDISPENSAVEIS Á BELLEZA E HARMONIA DAS PAGINAS. É INUTIL ENCARERECER O MAIOR GRAU DE EFFICIENCIA QUE DAHI RESULTA PARA A PUBLICIDADE FEITA EM NOSSAS COLUMNAS.

Fonte: Revista O Cruzeiro - 17 de maio de 1930

Desta maneira, continuando com a discussão sobre o rosto masculino modernos, trago, nesse momento o anúncio da edição do dia 17 de maio de 1930, concernente ao produto Stacomb. Isso porque, pretendo, agora, trabalhar com a temática do cuidado e o asseio com o cabelo masculina; as preocupações e soluções que os homens modernos recorriam para ficarem com os cabelos sempre impecáveis. O que me veio a chamar atenção no discurso trazido pelo anuncio, além do fato de o Stacomb ser um produto tanto do uso masculino e feminino, é a questão da distinção, ligada ao cuidado e ao zelo com o corpo:

Mulheres formosas e cavalheiros galantes. Seu cabelo bem cuidado symbolo innegavel de distincção e esmero, indica o uso de Stacomb. Porisso que o Stacomb não só conserva penteado o cabelo como tambem torna-o sedoso e brilhante (REVISTA O CRUZEIRO, 1930)

Como falei já no capitulo um, e no tópico que antecede a este no presente capitulo, a questão da higiene estava lidada a ideia de civilidade e ordem. Manter-se limpo e asseado era sinônimo de bons hábitos, e boa saúde. A anexação de bons hábitos se configurava “[...] na capacidade de compreensão e adaptação, a educação sanitária

deveria ancorar-se em vários elementos concretos, configurados num conjunto de práticas que deveriam se instituir no cotidiano [...]” (ROCHA, 2002, p.187).

Figura 44: Loção Brilhante



Fonte: Revista O Cruzeiro - 12 de dezembro de 1931

Já no anúncio do dia 12 de dezembro de 1931, pode-se ver que a “Loção Brilhante” passava a ser um produto que tinha como intenção o cuidado com o cabelo masculino, mais precisamente, a tonalidade de seus cabelos, pois o branco, ou o grisalho, remetia ao triste, ao atraso. Há tudo aquilo que a sociedade moderna estava pretendendo modificar. Desta maneira, a “Loção Brilhante” não só iria trazer a cor natural dos cabelos dos homens, como também, “seu poder antisséptico, destrói a caspa, a seborréia e as demais afecções capilares” (REVISTA O CRUZEIRO, 1930).

O moderno, pelos olhares da loção brilhante, significava o novo, o jovem; a juventude a florada, mesmo que de forma mascarada. O velho, e tudo aquilo que remeteria ao antigo, seria sinônimo de tristeza e descontentamento; que é o que podemos ver no anúncio da “Loção Brilhante”, onde há o mesmo homem porém com feições distintas, em que o que está com os cabelos brancos se tornaria alguém triste.

Para finalizar o capítulo, pode-se perceber o quanto a Revista *O Cruzeiro*, nas suas representações, pôde forjar estereótipos corpos masculinos almejados, e corpos masculinos rejeitados. Os esportes foram utilizados não só para moldar o corpo masculino, como também para elaborar a identidade masculina, na tentativa sempre tenaz de fugir de algo de remanescente fragilidade e ao efeminado. Além de que, por traz de todo um discurso voltado a saúde e manutenção da ordem corporal masculina, havia cautela em fazer com que tais cuidados não atentassem contra a masculinidade e virilidade desses homens.

Sendo assim, preocupação com a estética corporal e facial dos homens modernos estavam, presentes ativamente no imaginário e na subjetividade masculina. Dito desta forma, é perceptível que na vida desses homens houve uma aglomeração em torno deles mesmos vários envelopes, nos quais indicavam o meio social em que viviam e os seus gestos e sentir as novas percepções trazidas pelo mundo moderno. Esses homens modernos estavam a passando por contradições dentro de si: conviver com a comodidade e os benefícios adquiridos com a modernidade, mas sem feminilizar seu corpo e seus gestos.

Porém, como pude perceber nas representações da Revista *O Cruzeiro* – algo que venho frisando no decorrer da minha narrativa em toda a dissecação – houve uma certa dificuldade do homem em separar o que seria um ideal de estética, o belo, em sua masculinidade. Muitas das representações que se tinha do belo masculino, se aproximava da estética desejada pelo feminino. Para finalizar, pude analisar que o moderno, para os homens do século XX, também foi transfigurado no ideal de beleza para aquele momento; não só a beleza do corpo, mas a beleza de comportamentos e de formas. Onde não apenas eles eram “atingidos” por determinados estereótipos, como as mulheres. Modificando do que viesse a ser anteriormente entendido como um ideal de estética.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, os estudos sobre masculinidade vêm crescendo concomitantemente. Boa parte deles atrelados as problematizações concernentes as identidades e a preocupação dos homens de determinadas épocas na sua reafirmação do “ser homem”, contrariando a ideia do “estar homem”. Desta maneira, a masculinidade engendrada em questões que envolvem ritos de passagem do garoto para o homem, passaram a permear os interesses dos historiadores. Porém, é importante lembrar que esses estudos tiveram sua alavancada com o advento das questões voltadas ao feminino, quando a historiográfica tem em mente a necessidade de dar voz as problematizações de gênero, antes não tão abordadas. Com demostra Bandinter (1993) que “em toda coletividade humana, sempre existiram tarefas reservadas a um sexo e proibidas ao outro (BANDINTER,1993, p.23)

Em detrimento aos avanços historiográficos, que consideram os estudos sobre temas que envolvam masculinidade, passo citar que a problematização do corpo em detrimento da masculinidade e virilidade vão ganhando reconhecimento, graças as possibilidades temáticas oriundas das aberturas que foram permitidas pelas História Cultural – Nova História Cultural. Sendo assim, a dualidade existente entre o corpo feminino e o corpo masculino, entraram na vanguarda dos estudos de gênero. Afinal, esse “dualismo dos sexos tem suas raízes na verdade do corpo. Depois a ideologia se apossa dessa dicotomia primeira, que exprime a supremacia do masculino, e a estende a todos os níveis da vida e a todos os aspectos particulares do conhecimento” (BANDINTER,1986, p. 25).

O corpo não está desassociado da identidade do indivíduo, como também do contexto social e político ao qual o mesmo está envolvido. E foi pensando assim que pude problematizar a questão da Estética masculina, levando em consideração a representação dessa estética nas páginas de uma revista, que em pleno século XX mais precisamente no recorte temporal de 1928 a 1931, prometia ser um periódico que viria a trazer em suas páginas o que era de mais moderno não só no país, como em todo o mundo, que foi a Revista *O Cruzeiro*. Foi foleando as suas páginas, que pude compreender que um ideal

estético não está desvinculado com todo um sistema político e social vigente naquele momento; sem antes, é claro pensar como as mídias sociais da época poderiam fornecer aqueles leitores o que viria a ser um modelo de estética a ser seguido.

A sociedade brasileira sofria com as mudanças e paradigmas existente no que passou a ser chamado de modernidade. Muitos outros estilos de vida foram sendo construídos para os homens e mulheres que estavam inseridos nesse contexto. Sempre muito paradoxal, a modernidade veio trazendo novas configurações do modo de sentir, observar e se comportar, onde a influência de países estrangeiros tiveram repercussão nesse momento. Abandonar tudo aquilo que remontava ao passado, eis que o momento não admitia mais as heranças do antigo sistema Imperial e escravocrata, a que Brasil passou a conviver por décadas. O urbano passava a entrar em cena ao invés do rural. O Brasil deixava de ser um país agricultor, para iniciar seu projeto de industrialização, onde a grande parte dessas indústrias viriam, também, de países estrangeiros.

Impactados por novos sistemas políticos e sociais, o cenário brasileiro do século XX passou por intensas mudanças em todas as suas estruturas. A formação de uma identidade nacional fazia-se mais que necessária para a designação do que é ser moderno no Brasil do século XX. Com isso, ideias europeias passam a influenciar a formação do “Homem Brasileiro” tendo como enfoque a retirada das “raças” consideradas como provocadoras da “degeneração” da sociedade brasileira, onde tais questões foram pontos-chaves para compreender sobre o que era considerado como belo e o que era considerado como feio para a sociedade moderna.

Iniciava-se uma política social de implementação de ações influenciadas pela eugenia brasileira. Concepções, que até então eram desconhecidas pelo povo brasileiro, sobre miscigenação e degeneração da raça brasileira passaram a fazer parte dos discursos da elite intelectual brasileira. A miscigenação foi vista como a responsável pela degeneração da do povo brasileiro. Degeneração essa que não só estava na cor da pele, como também dos vícios e atitudes consideradas desviantes.

Sendo assim, as análises, e conseqüentes problematizações feitas, feita partindo das representações da Estética masculina na Revista *O Cruzeiro*, me fizeram observar como eram paradoxais questões que construíam um homem belo, porém sem que sua masculinidade e virilidade fossem postos a prova. Algo paradoxal, pois além de produtos que não tinham a distinção se eram para homens ou mulheres, como o caso de produtos

de higiene e cuidados com o corpo, as representações dos homens em muito se assemelhavam as representações do próprio feminino.

Foi somente nos anos de 1930 e 1931 – levando em consideração o recorte temporal abordado durante a pesquisa – que pude perceber a presença de produtos de cuidados com o corpo que se dedicavam com a estética exclusivamente masculina. Porém, isso não aconteceu com a moda. Já em 1928, ano do primeiro exemplar lançado nas bancas da Revista *O Cruzeiro*, já pude vislumbrar como a vestimenta veio a interferir nessa reconfiguração da nova ordem moderna em detrimento da masculinidade e virilidade. A moda da vestimenta masculina me fez compreender que um dos modelos de masculinidade pretendida, foi o modelo que condizia com a saída do homem rural, para a entrada do homem no meio urbano. Ou seja, uma reconfiguração de homem que pretendia entrar no mercado de trabalho, nas grandes indústrias e no meio empresarial. Aquele homem que, acima de tudo se preocupava com o cuidado e manutenção da ordem na família.

Paradoxo esse que vai muito além da questão do masculino em detrimento ao feminino. Talvez esse paradoxo já tenha iniciado logo com a vinda do modernismo, e as novas políticas que passaram a ser vigentes no Brasil. A própria ideia de progresso e civilidade apresentava seus paradoxos. Isso porque, a sociedade brasileira ainda estava a conviver com muito do tradicionalismo ao qual se tentava ir contra. Entretanto, essa masculinidade trouxe uma certa dificuldade em separar o progresso e o atraso; o tradicional e o moderno. As masculinidades do século XX eram múltiplas e plurais, o corpo do homem citadino aglomerou em sua identidade vários envelopes que necessitam demonstrar em seus gestos e atitudes, a posição social que ocupavam e a que grupo pertenciam.

A passagem do meio rural para os modernismos da vida urbana passou a levantar suspeitas quanto a veracidade da masculinidade do homem moderno. Sendo assim, o homem precisaria ser moderno, mas sempre reforçando seu caráter masculino e viril. O homem moderno estava a conviver com a transição do meio rural para o meio urbano, o caráter masculino estava sendo dividido entre manter a virilidade e a força do mundo rural, e se adaptar as concepções vindas pela modernidade. Era um estado de intensa transição que, por muitas vezes, punha em risco a verdadeira designação do ser um homem moderno, porém macho e viril. Tais mudanças vieram a modificar a imagem do homem daquele. A imagem seria de um homem urbanizado, letrado e burguês. Nos

jornais e revistas das capitais brasileiras, os anúncios de roupas, remédios e produtos de beleza fornecia o conforto esperado pela vida moderna. O desenvolvimento urbano passava a modificar o perfil do homem e suas preocupações também passaram a ser outras.

Juntamente com as preocupações higiênicas e de saúde, os discursos presentes na revista *O Cruzeiro*, e suas representações mostravam uma forma de masculino que valorizasse que os cuidados com o seu corpo. Como consequência do avanço das políticas médicas em todo o país, em que “[...] sob a intervenção da medicina, da ciência e do capitalismo, possibilitaram a emergência, ao longo do século XX, de novas práticas cotidianas voltadas para garantir aos corpos força física, vigor, robustez, dinamicidade e energia [...]” (NOBREGA, 2013, p.04). Desta maneira, seria difícil trabalhar com a estética masculina e não levar em consideração os avanços da medicina sob os corpos dos transeuntes. Até mesmo a moda teve como influência a perspectivas da medicina em sua constituição.

O rosto e, conseqüentemente suas expressões, também tiveram como perspectivas de seu modelo ideal a medicina. Ou melhor, a medicina da fisionomia, iniciada nos finais do século XVIII, mas perpetuada no século XIX e século XX, dando abertura as ciências da eugenia. A Estética masculina entra como uma prática do homem moderno de não apenas sentir belo, mas para ser asseado e condizente com a perfil da sociedade moderna. Mesmo não nascendo belo, o homem teria como torna-se belo, graças aos produtos de beleza, esportes e a moda. Sendo assim, a beleza poderia ser uma qualidade do homem moderno, como também um meio belo qual ele deveria recorrer a produtos que a modernidade veio trazendo consigo.

Dentre os estereótipos encontrados durante a pesquisa, referente aos modelos de estética masculina desejados, concernentes aos discursos na Revista *O Cruzeiro* confrontando com as leituras sobre gênero e estética, pude encontrar o almofadinha – dândi -, o militar, e o *sportmen*. Apenas um foi considerado o modelo a ser rejeitado, ou tratado de forma piadista, o Jeca Tatu. O militar e o almofadinha como o leitor pôde ver, foram aqueles estereótipos que mais predominaram durante toda a pesquisa, presente tanto no capítulo II – referente a moda – como no capítulo III – referente ao corpo e ao rosto masculino.

Com isso, para finalizar a presente pesquisa, pude considerar a revista *O Cruzeiro* um campo vasto e rico para se trabalhar com a Estética Masculina. Na verdade, em se tratando de analisar as estéticas existentes naquele período – sejam femininas ou masculinas – a revista passou a ser um importante fontes. Onde pelo seu caráter polimorfo, e versátil, é do tipo de fonte que fornece ao leitor um bom aparato para lidar com diferentes questões na historiografia. Sendo assim, caro leitor, desejo que tenha tido uma ótima leitura. E que meu texto tenha trazido esclarecimentos, e possíveis questionamentos em suas mentes. Almejo que o ramo da estética masculina não cesse em meu trabalho. Mas que seja fruto para vários e inúmeros questionamentos para outros historiadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALBUQUERQUE JÚNIOR, D.M. *A Invenção de um Macho*. In: _____ **Nordestino: invenção do “falo”: Uma História do gênero Masculino (1920-1940)**. 2ed, São Paulo, SP. Intermeios, 2013.

BADINTER, Elisabeth. *Que é um Homem?* In: _____ **XY Sobre a Identidade Masculina**. 1ed. Trad: Maria Ignez Duque Estrada, Rio de Janeiro, RJ. Nova Fronteira, 1993.

BADINTER, Elisabeth. **Um é o outro: Relações entre homens e mulheres**; tradução Carlota Gomes. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

BAUBÉROT, Arnaud. *Não se nasce viril, torna-se viril*. In: _____ **História da Virilidade**

BRETON, D. Le. *As fontes de uma representação moderna do corpo: O homem anatomizado*. In: _____ **Antropologia do corpo e modernidade**. Trad: Fábio dos Santos Creder Lopes. 2. Ed, Petropolis, RJ. Editora: Vozes, 2012.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a Modernidade**. Rio de Janeiro, RJ. Editora: Paz e Terra, 1996. — (Coleção Leitura)

BAUDELAIRE, Charles. *O Pintor da Vida Moderna*

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Educação & Realidade.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo. Companhia da Letras, 2008

BRUNO, Fernanda. **Máquinas e Ser e Modos de Ver: Visibilidade e Subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação**. Porto Alegre, Editora: Sulima, 2013

BURKE, Peter. **O que é História Cultural?** Trad. Sergio Goes de Paula – 2ªed Rio de Janeiro; Jorge Zahar, 2008

COSTA, Jurandi. **A inocência do Vício – Estudos sobre do homoerotismo**. Rio de Janeiro, RJ, 1992

CHARTIER, Roger. “**A História Cultural – Entre Práticas e Representações**”-

COURTINE, Jean Jacques; HAROCHE, Claudine. **História do Rosto: exprimir e calar as emoções**; tradução Marcus Penchel. – Petropolis, RJ; Vozes, 2016.

DÁVILA, JERRY. Construindo o “Homem Brasileiro” In: _____ **Diploma de Branca : Política social e racial no Brasil (1917-1945)**/ tradução : Claudia Sant’Ana Martins. – São Paulo: Editora UNESP, 2006

ECO, Umberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro, RJ. Editora: Record, 2010

ECO, Umberto. **História da Feiúra**. Rio de Janeiro, RJ. Editora: Record, 2010

ELIAS, Nobert. *Capítulo I. Do Controle Social ao Auto Controle*. _____ In: **Processo Civilizador II: Formação do Estado e Civilização**. Trad: Ruy Jungmann. 1ed. Rio de Janeiro, RJ. Zahar, 1993

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade III: O Cuidado de Si**. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque; Revisão: José Augusto Guilhaon Albuquerque. 5ºed, Rio de Janeiro, RJ.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: O Cuidado de Si**. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque; Revisão: José Augusto Guilhaon Albuquerque. 5ºed, Rio de Janeiro, RJ.

FOUCAULT, Michel . *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir – Nascimento da Prisão**. Tradução: Raquel Ramallete. 35ª Edição. Petrópolis; Editora: Vozes, 2008

FREYRE, Gilberto. “**Modos de Homem e Modas de Mulher**”. 2.º ed. – São Paulo, 2009

HARLEY, David. **Condição Pós – Moderna: Uma pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural**; São Paulo – SP, Editora Loyola

HERSCHEMANN, M. Micael ; PEREIRA, M, A, C. **A Inversão do Brasil Moderno – Medicina, Educação e Engenharia nos anos 20- 30**. Rio de Janeiro: Editora: Rocco, 1994.

KOSELLECK, Reinhart, **Futuro Passado: Contribuição da Semântica dos tempos históricos**. Editora: Rio de Janeiro: PUC- Rio, 2006

LARROSA, Jorge. “*Dar a ler...talvez*”. In: _____ **LARROSA, Jorge. Linguagem e educação depois de Babel**. Tradução Cyntia Farina. Belo Horizonte: Autentica, 2004.

LOURO, Guacira Lopes. “ O cinema como pedagogia”. In: _____ LOPES, Eliane Marta; FARIA FILHO, Luciano Mendes & VEIGA, Cynthia Greive (orgs.). **500 anos de educação no Brasil**. 2.^a ed. Belo Horizonte, 2000

LOURO, Guacira L. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Trad. Por Tomaz Tadeu da Silva. 2.^a ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007

LE RIDER, Jacques. *Crises da Identidade Masculina*. In: _____ **A Modernidade Vienense e as Crises de Identidade**. Rio de Janeiro, RJ. Editora: Civilização Brasileira, 1993

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero – a moda e seus destinos na sociedade moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987

LINHALES, Meily. **A Escola e o Esporte – Uma história de práticas culturais**. São Paulo, SP: Editora: Cortez; 2009

LUCA, Tania Regina. “Fontes Impressas – História dos, nos e por meio dos Periódicos”. In:“**Fontes Históricas**”. PINSKY, Carla Bassanezi (organizadora). 2. Ed., 2^a reimpressão.- São Paulo: Ed: Contexto, 2010

MORENO, Andrea; SEGANTINI, V.C. *Conhecer a história pelos cinco sentidos: na cidade com Alfredo Camarate e Machado de Assis*. In:_____ **Sentidos e Sensibilidades: sua educação na história**. 1ed. Curitiba, PR. Ed. UFPR, 2012.

MEDEIROS, J.Q.F. **Arremedando Dior: A Moda do O New Look em São João do Sabugi –RN**, Campina Grande, PB (Dissertação de mestrado).

OLIVEIRA, Cláudia de; LINS, Vera; VELLOSO, Monica Pimenta. “**O Moderno em Revistas- Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**”. Rio de Janeiro, RJ; Ed: Garamond, 2010

ORTIZ, Renato. “**A Moderna Tradição Brasileira – Cultura Brasileira e Indústria Cultural**”. Ed: Brasiliense. São Paulo

PESAVENTO, Sandra Jatahy, *História e História Cultural*. Belo Horizonte: Editora Autêntica , 2004.

RASPANI, M. Pinna. *O que “eles” vestem: moda, vaidade e masculinidade no Brasil*. In: _____ **História dos Homens no Brasil**. 1.ed. São Paulo, SP: Editora Unesp, 2013.

ROCHA, H. P. Capítulo 4: *A exposição dos comportamentos exemplares*. In: _____ **A higienização dos Costumes: Educação escolar e saúde do Projeto do Instituto de Higiene de São Paulo (1918-1925)**”. Companhia das Letras. São Paulo: Fapesp, 2003.

REZENDE, Antônio Paulo. *A Modernidade e o Modernismo – Significados -*. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/revistaclio/index.php/revista/article/viewFile/821/669> >>
Acesso em: 15 de março 2017

NOBRÉGA, Edna Maria

SANT’ANNA, D. Bernuzzi. *Masculinidade e virilidade entre a Belle Époque e República*. In: _____ **História dos Homens no Brasil**. 1.ed. São Paulo, SP: Editora Unesp, 2013.

SANT’ANNA, D. Bernuzzi. **Políticas do Corpo: Elementos para uma história das práticas corporais**. 2.ed. São Paulo, SP. Estação Liberdade, 2005.

SANT’ANNA, D. Bernuzzi. *História da Beleza no Brasil* . – São Paulo . Ed: Contexto, 2014

SCHWARCZ, Moritz Lilia. “**O Espetáculo das Raças – Cientistas, Instituições e Questões Racial no Brasil (1870-1930)**”. Companhia das Letras. São Paulo, 1993.

SEVCENKO, Nicolau. *Introdução: O prelúdio republicano, astúcias da ordem e ilusões do progresso*. In: _____ **História da Vida Privada no Brasil 3: República: da Belle Époque á Era do Rádio**.1.ed. São Paulo, SP,1998

SOARES JÚNIOR, Azemar dos Santos. **Corpos Hígidos: o limpo e o sujo na Paraíba (1912- 1924)**. Rio de Janeiro: AMCGuedes, 2011

- SOARES JÚNIOR, Azemar dos Santos. **Physicamente Vigorosos: Medicalização Escolar e Modelação dos Corpos na Paraíba (1913 -1942)**. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Educação do Centro de Educação na Universidade Federal da Paraíba, 2015
- SIMMEL, George. **Filosofia da Moda e outros Escritos**. Lisboa: Edição MTextos & Grafia, Ltda, 2008
- SUASSUNA, Ariano. *Iniciação a Estética*. 1.^aed – Rio de Janeiro, RJ; Editora: José Olympio, 1972
- TABORDA DE OLIVEIRA, **Sentidos e sensibilidades: Sura Educação** – Curitiba, PR, Editora; UFPR, 2012
- VELASQUEZ, Muza Clara Chaves, (O) Cruzeiro. Disponível em >> [https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/CRUZEIRO%20O%20\(DHBB\).pdf](https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/CRUZEIRO%20O%20(DHBB).pdf) >> Acesso em: 20 de outubro de 2018
- VIGARELLO, Georges. *Capitulo I – A beleza romântica*. In: _____ **História da Beleza: O Corpo e a arte de se embelezar do Renascimento aos dias de hoje**. Trad: Léo Schlafman. 1.ed. Rio de Janeiro, RJ. Ediouro, 2006.
- VIGARELLO, Georges. *As Metamorfoses do Gordo - História da Obesidade: Da Idade Média ao século XX* – Petrópolis, RJ; Editora: Vozes, 2012
- ZICA, Matheus da Cruz. **Masculinidades Possíveis – Representações de Gênero em Disputa no Século XIX Brasileiro** – João Pessoa; Editora da UFPB, 2015

