

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN – IAD
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Ana Paula Dessupoio Chaves

A moda praia na revista ilustrada *O Cruzeiro* (1928-1943)

Juiz de Fora
2017

Ana Paula Dessupoio Chaves

A moda praia na revista ilustrada *O Cruzeiro* (1928-1943)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens.

Orientadora: Prof.^a Dra. Maria Claudia Bonadio

Juiz de Fora
2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Chaves, Ana Paula Dessupoio.

A moda praia na revista ilustrada O Cruzeiro (1928-1943) / Ana Paula Dessupoio Chaves. -- 2017.

134 f.

Orientadora: Maria Claudia Bonadio

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2017.

1. O Cruzeiro. 2. Praia. 3. Moda. 4. Jornalismo. 5. Fotografia. I. Bonadio, Maria Claudia, orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

Nome do aluno: Ana Paula Dessupoio Chaves

Título: A moda praia na revista ilustrada *O Cruzeiro* 1928-1943

Orientadora: Dra. Maria Claudia Bonadio

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Arte, Moda: História e Cultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 02/08/2017

Banca Examinadora:



Maria Claudia Bonadio (Orientadora) – Universidade Federal de Juiz de Fora



Sonia Lino (Membro UFJF) - Universidade Federal de Juiz de Fora



Maria do Carmo Rainho (Membro externo) – Arquivo Nacional

A Paulinho e Marília, minhas inspirações.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, que sempre ilumina meu caminho e acredita nas minhas escolhas.

A meu pai, por todas as caronas, apoio e conversas que afagam a alma.

A minhas irmãs preciosas e que são meus grandes exemplos.

Agradeço à minha orientadora e amiga, Maria, pela generosidade, paciência e por ter dividido parte do seu conhecimento. Admiro-te muito, vou te levar comigo por toda a vida!

Agradeço ao querido professor Marcelo Mostaro, que não está mais entre nós, mas, após uma conversa animada no corredor da faculdade, inspirou o tema da dissertação. Tentei colocar um pouco da sua energia positiva e contagiante nas páginas desta pesquisa!

Agradeço às professoras Maria do Carmo Rainho e Sônia Lino, por aceitarem, gentilmente, o convite de integrar minha banca de qualificação e defesa, e pelas contribuições feitas.

Às amigas Camila e Thaiana, que fizeram a passagem pelo mestrado ser mais leve e divertida.

Quero vocês sempre comigo!

Agradeço ao programa de mestrado em Artes, Cultura e Linguagens do Instituto de Artes e Design da UFJF, que me recebeu com muito carinho. Sentirei saudade de cada momento vivido nesse período.

RESUMO

A presente pesquisa analisa o conteúdo de moda na praia veiculado na revista *O Cruzeiro*, produzida no Rio de Janeiro, que circulou em território nacional no período de 1928 a 1985. O recorte utilizado, aqui, é de 1928 até 1943. A baliza inicial, 1928 – o ano de fundação do impresso –, e a final, 1943, foi escolhida por ser o momento em que a revista sofreu uma importante reconfiguração no que diz respeito ao material fotográfico, a partir da adoção do modelo da fotorreportagem, que passou a predominar no periódico. O período também permite observar como era a moda praia antes da criação do biquíni, em 1946. Em 1928, o hábito de ir à praia já tinha se popularizado e, conseqüentemente, o impresso passou a exibir em colunas femininas condutas de como se portar nesse ambiente. Tais colunas acabaram por, entre outras coisas, propagar normas de elegância, beleza, saúde e comportamento, principalmente inspiradas nos padrões franceses. O material sobre a moda na praia em *O Cruzeiro* também foi marcado pela influência estadunidense, pois fotografias das atrizes de Hollywood vestindo trajes de banho eram frequentes na revista. Pretendemos, em especial, observar, a partir dos textos e imagens veiculados em *O Cruzeiro*, como esse material sobre a praia pode servir de modelo de como se portar e se apresentar em tal espaço para os leitores espalhados por todo o território nacional, ao mesmo tempo em que colabora para a propagação de novos hábitos e modas. A revista, de certa maneira, através da difusão da cultura de praia, fez do Rio de Janeiro o ideal de modernidade para o país.

Palavras-chave: *O Cruzeiro*; praia; moda; jornalismo; fotografia.

ABSTRACT

The present study analyzes the beach fashion content published in the magazine *O Cruzeiro*, produced in Rio de Janeiro, which circulated in the national territory from 1928 to 1985. The period analyzed was from 1928 until 1943. The initial beacon, 1928 - the year the magazine was founded - and the final one, 1943, were chosen because it is the moment in which the magazine undergoes an important reconfiguration concerning the photographic material, due to the adoption of a photojournalistic style that ended up predominating in the publication. The period also allows us to observe how beach fashion was before the creation of the bikini, in 1946. In 1928, the habit of going to the beach had already become popular and, consequently, the magazine started to display in female columns how to behave on the beach, which ended up, among other things, propagating standards of elegance, beauty, health and behavior, mainly inspired by French standards. The material about beach fashion in *O Cruzeiro* is also marked by American influence, as photographs of Hollywood actresses wearing bathing suits were frequent in the magazine. We intend, in particular, to observe and note, from the texts and images published in *O Cruzeiro*, how the images and texts about the beach could serve as a model of how to behave and present yourself on the beach for the readers spread throughout the national territory, while at the same time contributed to spread new habits and fashion. The magazine, in a way, through the diffusion of the beach culture, made Rio de Janeiro the ideal of modernity for the country.

Keywords: *O Cruzeiro*; beach; fashion; journalism; photography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Avenida Beira-Mar, obra do prefeito Pereira Passos.....	31
Figura 2 - Anúncio de inauguração do hotel Copacabana Palace.....	35
Figura 3 - Varanda do Copacabana Palace.....	36
Figura 4 - Mulheres tomando banho de sol, com trajes mais leves e menores.....	58
Figura 5 - Coluna <i>As Garotas do Alceu</i> , com o título <i>Garotas de novembro</i>	61
Figura 6 - Criança brincando na praia juntamente com o responsável.....	64
Figura 7 - Modelo Deolinda Saraiva posa para a foto sem crédito e com maquiagem da Coty.....	65
Figura 8 - Matéria <i>O sol e os olhos</i>	69
Figura 9 - Anúncio do Oleo Dagelle.....	70
Figura 10 - Traje pijama nas praias do Rio de Janeiro.....	73
Figura 11 - Moda das estrelas de Hollywood.....	76
Figura 12 - Coluna <i>Elegancia e Belleza</i>	78
Figura 13 - “Graça, saúde e beleza”. Sylvia Accioly ensina o passo a passo do alongamento, as poses são de Dorothy Morgan.....	81
Figura 14 - Primeira capa ilustrada com o motivo “praia” veiculada na revista <i>Cruzeiro</i>	91
Figura 15 - Ilustração de mulheres na praia posando com trajes de banho, com cabelos curtos estilo <i>a la garçonne</i>	93
Figura 16 - Ilustração de jovens passeando pela orla da praia de Ipanema.....	95
Figura 17 - Primeira coluna <i>Garotas de Alceu</i> , publicada na revista <i>O Cruzeiro</i>	96
Figura 18 - Praia de Copacabana em frente ao Praia Club, com presença de vários banhistas.....	103
Figura 19 - Banhistas na praia de Copacabana utilizando saídas de banho.....	104
Figura 20 - Banhistas reunidos no Posto 4 na praia de Copacabana.....	105
Figura 21 - Foto colocando em evidência as banhistas na praia de Copacabana.....	106
Figura 22 - A imagem feita pelo fotógrafo Medina mostra banhistas posando na areia.....	107
Figura 23 - Duas banhistas em Copacabana posam com traje de banho na areia.....	109
Figura 24 - Candidatas ao <i>Concurso de Maillots</i> promovido pela revista <i>Fon-Fon</i> , em 1934.....	110
Figura 25 - Banhistas na areia após o banho de mar.....	111

Figura 26 - Três banhistas passeiam sorridentes tomando sorvete pelas areias de Copacabana.....	112
Figura 27 - A atriz Lorraine Gettman, da Warner Bros., posando com maiô de inverno.....	113
Figura 28 - Banhistas, na praia de Copacabana, deitadas na areia.....	114
Figura 29 - Foto recortada para dar destaque à atriz Marcelline Day.....	117
Figura 30 - Atrizes de Hollywood posam com maiôs de diferentes modelos.....	118
Figura 31 - A atriz Frances Dee sentada na areia da praia, vestindo maiô e com binóculo.....	119
Figura 32 - A atriz Moussia veste um maiô.....	120
Figura 33 - Atriz Sari Maritza Hollywood.....	121
Figura 34 - As atrizes Ana Dvorak e Marjorie King.....	122

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 A CULTURA DE PRAIA NO BRASIL	17
1.1 História das praias cariocas	17
1.2 As praias e o processo civilizador	23
1.3 Entre o branqueamento e o bronzeamento	37
CAPÍTULO 2 – REVISTA ILUSTRADA O CRUZEIRO	46
2.1. Códigos de elegância em colunas femininas	52
2.2 Revista: anúncios, esporte e cinema	67
2.3 Colunas: <i>Elegancia e Belleza</i> e <i>Graça, saude e beleza</i>	76
CAPÍTULO 3 – MODA NAS PRAIAS CARIOCAS	85
3.1 O corpo na praia	85
3.2 A moda inspirada nos movimentos do corpo	87
3.3 A moda praia propagada pela revista	90
3.4 A imagem fotográfica	98
3.4.1 Análise das fotografias de moda praia	101
3.4 De onde vinham as novidades de moda praia?	115
CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	129

INTRODUÇÃO

Ao longo de minhas pesquisas realizadas na graduação em Jornalismo e na especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte, convivi um pouco com o universo das revistas ilustradas e me encantei. Era uma fonte que gostaria de estudar durante minha trajetória acadêmica. Em paralelo, ao adentrar na especialização nos estudos de moda, a questão sobre a moda praia no Brasil sempre me chamou a atenção. Um dos questionamentos feitos era por que a moda praia é tão relacionada com as características brasileiras, sendo que é um hábito importado dos franceses? Para responder a essa pergunta e uni-la com a paixão pelas revistas ilustradas, resolvi tentar analisar de que maneira a cultura de praia aparecia em um impresso nacional.

Assim, encontrei a revista *O Cruzeiro*, escolhida por trazer o tema praia com recorrência e pela relevância que possui para a História do Brasil, principalmente da imprensa nacional¹. A partir dessa fonte, foi possível recolher o material e perceber de que maneira textos e imagens eram trabalhados pelo impresso. A revista foi criada em 10 de novembro de 1928, ainda sem o “O” no título. Com uma tiragem semanal inicial de 50 mil exemplares, ela circularia por todo o país. Segundo Carneiro (1999), a revista circulou até 1985, sendo que até 1975 esteve sob o domínio do grupo Diários Associados. *O Cruzeiro* implantou na imprensa brasileira tendências mundiais, como a das grandes reportagens que já faziam sucesso nas revistas estrangeiras. A publicação precisou articular a imagem com textos condensados, deixando em segundo plano o jornalismo de ideias e de opiniões. Ademais, o impresso possuía um inédito sistema de distribuição que lhe permitia alcançar, inclusive por via aérea, todos os quadrantes do país em um mesmo dia de circulação.

No título da dissertação, trazemos a expressão “moda praia”, moda aqui entendida para além do vestuário: é também os comportamentos e escolhas do cotidiano. A intenção é observar como a revista, a partir de seu conteúdo, podia servir de modelo para os leitores espalhados por todo o território nacional, ao mesmo tempo em que colaborava para a propagação de novos hábitos e modas, nos primeiros anos de difusão da cultura de praia no país.

O recorte será feito de 1928 a 1943. As datas foram escolhidas considerando o ano de fundação da revista, 1928, e o da entrada da dupla David Nasser e Jean Manzon, 1943, responsáveis

¹ Alguns trabalhos que tratam da revista na perspectiva histórica são: *Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand* (1994), escrito por Fernando Moraes, *O império de papel – os bastidores de O Cruzeiro* (1998), de Alciolly Netto, e *Cobras Criadas – David Nasser e O Cruzeiro* (1999), de Luiz Maklouf Carvalho.

pelas grandes reportagens, que introduziram no periódico fotos que buscavam retratar fatos, acontecimentos, e não mais apenas localidades e pessoas. No período também ocorreu uma mudança: se instituiu a dupla fotógrafo-jornalista. Os fotógrafos se tornaram célebres e, atualmente, grande parte dessas fotografias está em acervos, como o do Instituto Moreira Salles, em São Paulo. Além disso, a partir dessa nova constituição das reportagens, a revista deixou de ter por foco o Rio de Janeiro para mostrar o país de forma mais ampla. Afinal, a inserção de uma equipe fotográfica em *O Cruzeiro* possibilitou ampliar a cobertura dos acontecimentos. Como aponta Carneiro (1999), os temas abordados por determinados fotógrafos definiam a sua especialidade. Ou seja, ficou mais acessível ir além da cidade carioca.

A intenção, nesta pesquisa, é entender a cultura de praia e a moda praia na primeira metade do século XX, antes da mudança dos costumes que marcaram o mundo após a Segunda Guerra Mundial. Segundo Eric Hobsbawm (1997), no decorrer da segunda metade do século XX, princípios e valores considerados a base de uma sociedade, como o casamento e a família, foram se perdendo, principalmente quando os países desenvolvidos criaram leis mais permissivas e tornaram fácil a prática de atos, até então, proibidos - legalização do divórcio, do aborto e a venda de anticoncepcionais. A nova cultura é marcada fortemente pela individualidade. Ainda para o autor, “assumia-se tacitamente agora que o mundo consistia em vários bilhões de seres humanos definidos pela busca de desejo individual, incluindo desejos até então proibidos ou malvistas, mas agora permitidos” (HOBSBAWM, 1997, p. 260). Com esse recorte, também será possível entender a cultura de praia antes do surgimento do biquíni, em 1946².

A pesquisa foi feita através do acervo digitalizado da Biblioteca Nacional. Para encontrar os materiais que traziam o assunto da dissertação, usamos a palavra-chave “praia”. No recorte temporal investigado, foram encontradas 2.753 ocorrências na revista, o que comprova que era um tema bastante presente nas páginas do periódico. A partir disso, selecionamos matérias, colunas e fotografias que abordavam o tema. A escolha do conteúdo foi feita pensando em abranger todo o

² Vários autores concordam que o biquíni foi inventado nesse momento. Disitzer (2012) conta que, apresentado em 1946, no verão parisiense, trazia calcinha em formato triangular, com modelagem semelhante à famosa asa-delta da década 1980, que deixava quadril e umbigo de fora. A peça era ousada e foi associada diretamente ao pequeno atol de Bikini, no Oceano Pacífico, onde os americanos tinham feito testes atômicos. Pacce (2016) concorda e explica que o estilista francês Jacques Heim foi o primeiro a apresentar um modelo, batizado de atome, mas que ainda não era o biquíni. “Para o lançamento ele contratou um avião e mandou escrever com fumaça no céu: ‘Átomo: o menor traje de banho do mundo’” (PACCE, 2016, p. 20). Pouco depois, outro francês, Louis Réard, reduziu ainda mais o tamanho da peça e contratou outro avião para estampar no céu: “Bikini: menor do que o menor traje do mundo” (PACCE, 2016, p. 20).

período da pesquisa e perpassa por seções, colunas e imagens a fim de mostrar que a revista estava impregnada com a cultura praiana. O intuito foi formar uma combinação na qual cada uma das matérias selecionadas fosse capaz de contribuir para que ficassem compreensíveis as relações da praia com a moda, o corpo e o comportamento.

O Cruzeiro já foi utilizado como tema para alguns trabalhos, acadêmicos e não acadêmicos, entre os quais podemos citar primeiramente o livro escrito por Alccioly Neto (1998), *O Império de Papel os Bastidores de O Cruzeiro*, o qual compõe um retrato da revista que ajudou a desenhar os acontecimentos do país. O autor foi participante da história de *O Cruzeiro*, diretor de redação da revista e a obra foi importante para entender um pouco mais sobre o impresso. Outra obra que também traz um pouco sobre o periódico é a biografia *Chatô, o Rei do Brasil*, na qual Fernando Moraes (1994) conta a vida de Assis Chateaubriand, fundador dos Diários Associados. Também no livro *Cobras Criadas – David Nasser e O Cruzeiro*, de Luiz Maklouf Carvalho (1999), é possível conhecer um pouco da trajetória da revista e de David Nasser, o mais conhecido jornalista brasileiro dos anos 1950.

O livro *Vamos, Garotas! Alceu Penna*, da autora Gabriela Penna (2010), além de retomar um pouco da história do impresso, apresenta uma análise da coluna *As garotas do Alceu*, do artista brasileiro Alceu Penna, que, através de seus desenhos, representou o universo juvenil no Rio de Janeiro, destacando-se na revista semanal. Penna (2010) fala um pouco da praia, porém a partir da coluna. A pesquisadora Leoni Serpa (2003) também utiliza a revista *O Cruzeiro* como tema. Sua análise concentra-se em reportagens, notícias, fotos, colunas, publicidades e propagandas veiculadas pela revista no período de 1928 a 1945. Apesar de trazerem a revista *O Cruzeiro* como tema, nenhum dos trabalhos citados tinha a praia como foco nem o recorte histórico que, aqui, se propõe. Por isso, a intenção é que a presente dissertação cubra a lacuna deixada por eles.

Os principais trabalhos que norteiam esta pesquisa são: *Moda e Modernidade na belle époque carioca*, de Rosane Feijão (2011), que tem como tema o Rio de Janeiro do início do século XX e a moda como guia para interpretarmos o período em seus reflexos sociais. A pesquisa foi fundamental para compreender como a modernidade influenciou a mudança de função do banho de mar, antes com fins terapêuticos e, depois, destinado ao lazer. Também para falar sobre a modernidade, buscamos informações nas obras: *Modernismo no Rio de Janeiro – Turunas e Quixotes*, em que a autora Mônica Pimenta Velloso (2015) revisita o movimento modernista brasileiro, priorizando a análise dos intelectuais humoristas e boêmios do Rio na virada do século

XIX para o XX. Para entender a modernidade em um sentido mais amplo, ou seja, não necessariamente conectada ao Brasil, utilizamos a obra *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*, escrita por Marshall Berman (1986), e a pesquisa *Cultura e modernidade – A França no século XIX*, de Renato Ortiz (1991).

Dentro dessa ideia de cultura de praia, ainda temos duas importantes obras: *Um mergulho no Rio – 100 anos de moda e comportamento na praia carioca*, da autora Marcia Disitzer (2012), que discorre sobre a praia como ponto de encontro de amigos, local para práticas de esportes e para o lazer da família, e cenário de transformações e momentos emblemáticos. A outra obra é *Orla Carioca História e Cultura*, de Claudia Braga Gaspar (2004), que também auxiliou na compreensão de toda a trajetória das praias cariocas, de como elas passaram de lugares inóspitos a locais de divertimento.

Além dos trabalhos citados, temos o livro escrito por Julia O'Donnell (2013), *A invenção da praia de Copacabana: culturas urbana e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)*, no qual a antropóloga se aprofunda no surgimento da cultura praiana do Rio. O trabalho de O'Donnell (2013) elucida importantes questões, especialmente a ideia do “projeto praiano civilizatório”, no qual se acreditava que o uso da praia deveria ser de acordo com os padrões europeus. Com a pesquisa da autora, foi possível perceber que os ensinamentos de como se portar nesse novo ambiente também estavam presentes nas colunas da revista *O Cruzeiro*.

Já entre os trabalhos acadêmicos utilizados, encontra-se a tese publicada *Tudo é novo sob o sol: moda, corpo e cidade no Rio de Janeiro dos anos vinte*, também da autora Rosane Feijão (2016), que discorre sobre o crescimento da Zona Sul e como os cariocas passaram a ter uma relação de proximidade com essa região. Tal estudo foi escolhido por compartilhar um direcionamento parecido ao que norteou a presente investigação.

A metodologia aplicada para a seleção das fotos, utilizadas no último capítulo, foi da autora Ana Maria Mauad (2005), que propõe analisar fotografias sempre em série, em seu texto *Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX*. Para a dissertação, foi usado o critério de semelhança entre as imagens. Escolhemos fotos que estão dentro do recorte da pesquisa e que seguem uma ordem cronológica. Elas trazem o cenário da praia com banhistas e estão com a nitidez preservada, facilitando a leitura do vestuário e do comportamento dos personagens. A maioria das fotos não são creditadas, então, não é possível atribuir características autorais, o que denota um período no qual os fotógrafos ainda

não eram profissionais tão conhecidos (e reconhecidos), reforçando o caráter de conjunto das figuras.

Esta dissertação estrutura-se em três capítulos. No **primeiro**, apontamos as transformações pelas quais a praia passou, uma vez que, inicialmente, tratava-se de um ambiente frequentado para fins terapêuticos e, posteriormente, um espaço de lazer. A sociedade moderna tinha a ideia da Europa como sinônimo de civilização, principalmente a França. O hábito de ir à praia era um costume, uma forma da elite aproximar-se dessa cultura europeia, afinal, frequentar esse ambiente é uma atividade importada dos franceses e significava prestígio social, fazia parte do processo civilizador, no qual o Rio de Janeiro estava inserido³. Dentro desse cenário de mudanças, uma questão que ainda gerava dúvidas era o bronzear, pois a modernidade não estava ligada apenas à questão estrutural da cidade, mas também à transformação do comportamento daquelas pessoas. Ou seja, os novos hábitos precisavam ser aprendidos. Por exemplo, bronzear-se passou a ser visto como positivo e um diferenciador social; quem tinha tempo para usufruir do sol era a classe abastada.

O **segundo capítulo** se debruçará diretamente sobre a fonte. A análise sobre a cultura de praia será por meio dos textos encontrados nas matérias, reportagens e anúncios, inseridos nas páginas do semanário. Em um primeiro momento, resgataremos a trajetória da revista *O Cruzeiro* e, na seção seguinte, a discussão terá como enfoque a forma como o código de elegância na praia era trabalhado nas páginas do impresso. O objetivo nesse item é perceber como a revista veiculava normas e modelos de conduta para o ambiente praiano, inclusive de que maneira as novas regras de comportamento nesse local eram trazidas pelos jornalistas, em uma espécie de manual de boas maneiras. Haja visto que considerar a praia como um local de lazer ainda era uma novidade e estava modificando os hábitos dos banhistas aos poucos, o que exigia ensinamentos de como se portar civilizadamente. Além disso, ainda no segundo capítulo, investigaremos como os anúncios, os esportes e o cinema influenciaram a relação dos banhistas com a praia, principalmente levando em consideração a questão da aparência. A pesquisa busca ainda identificar como a praia aparecia nas

³ *Processo civilizador* é um conceito trabalhado por Norbert Elias (1994) para outro momento da História. O termo tem relação com a consciência do indivíduo sobre a civilização. Ou seja, algo que precisava ser aprendido. Se trouxermos esse significado para o contexto da dissertação, podemos levar em consideração a praia como o local incivilizado e que, aos poucos, quando começa a ter cunho de lazer, tornou-se uma novidade para os cariocas, o que exigiu um refinamento das maneiras, afinal, era um espaço novo e que receberia outras pessoas.

colunas femininas *Elegancia e Belleza* e *Graça, Saúde e Belleza*. Essas transmitiam instruções para manter o corpo esbelto e atlético, visando a educação corporal.

Por fim, no **terceiro capítulo**, o estudo será sobre a moda praia através de fotografias veiculadas na revista. Em um primeiro momento, se analisará a relação entre corpo e a moda, no período da pesquisa. Posteriormente, será observada a importância da revista *O Cruzeiro* como propagadora da moda, através de colunas que falavam sobre o tema, como *Dona* e *Garotas*, e as fotografias tiradas nas praias cariocas, averiguando o que aquelas banhistas usavam, como posavam para as fotos e quais acessórios precisavam para usufruir da praia. Fotografias essas que, por vezes, traziam atrizes de Hollywood e tornaram-se, como veremos, influenciadoras na forma das cariocas se vestirem para ir à praia e posarem para os fotógrafos.

As páginas que seguem pretendem contar um pouco da moda praia. História vista e contada a partir de um ponto de vista, ou seja, a partir da análise de textos e imagens veiculadas na revista ilustrada *O Cruzeiro* entre 1928 e 1943. Dessa forma, o presente trabalho apresenta-se como um (dos muitos) modos de ver a cultura praiana e sua relação com a moda no Brasil da primeira metade do século XX. Segundo John Berger (1999), cada vez que olhamos uma fotografia estamos cientes, por mais superficialmente que seja, do fotógrafo selecionando aquela cena entre uma infinidade de outras possíveis. Contudo, embora toda imagem incorpore uma maneira de ver, nossa percepção ou apreciação de uma imagem depende também de nosso próprio modo de ver. Ou seja, na pesquisa trataremos modos de ver a cultura de praia. Em linhas gerais, este texto tem o intuito de falar de como moda, modernidade, comportamento e traje de banho no ambiente praiano aparecem no impresso. O ambiente preencheu, durante anos, páginas do semanário. Um tema que apareceu em minha vida e chega até o leitor através desta pesquisa.

1 A CULTURA DE PRAIA NO BRASIL

A finalidade da praia modificou-se ao longo das décadas. O espaço, antes destinado para fins terapêuticos no final do século XIX, transformou-se progressivamente em ambiente de prazer e diversão. As mudanças afetaram não só a estrutura do local, mas também o comportamento das pessoas que passaram a frequentá-lo. Assim, surgiram regras para auxiliar o controle dos banhistas e tornar a praia um local aparentemente democrático; espaço considerado nesta pesquisa em suas versões antes e depois de ser “civilizado”. A excitação causada pela praia, relacionada com o lazer, passou a ser controlada. Por ser considerado um ambiente de encontro que receberia mais visitantes, gestos e comportamentos começaram a ser regulados por leis presentes nas publicações da época.

Nesse contexto, esta pesquisa busca observar como a revista ilustrada *O Cruzeiro*, que circulou no Rio de Janeiro, durante os anos de 1928 a 1985, colaborou fortemente para a difusão das normas comportamentais no ambiente praiano. O periódico foi lançado pelo grupo Diários Associados e foi a principal revista do século XX, no Brasil. É a primeira de circulação nacional e que cria um modelo de frequentar a beira-mar. A imprensa⁴, desde o século XIX, teve um papel importante em criar novos códigos de bom-tom, e o mesmo aconteceu com a praia. As regras presentes nos textos do impresso revelam as transformações de conduta e moral da sociedade carioca no espaço praiano. Nas palavras de Serpa (2003, p.14): “[Era um] período em que boa parte da população brasileira deixava o meio rural e avançava para as cidades, quando as fábricas se espalhavam e costumes agrários iam se esgotando, dando lugar a formas de vida urbana e ares de modernidade”. Era um momento de muitas mudanças e as pessoas precisavam acompanhá-las.

1.1 História das praias cariocas

O mar, para os primeiros povos, servia basicamente como rota de transporte e onde algumas pessoas buscavam o sustento através da pesca. Conforme Claudia Gaspar (2004, p. 32), “na existência cotidiana, a presença do mar é econômica ou estratégica, dependendo do porto que liga

⁴ A autora Maria do Carmo Rainho (2002), no livro *A cidade e a Moda*, faz um estudo sobre os manuais de etiqueta e civilidade que circularam no Rio de Janeiro, a partir do século XIX. Os impressos informavam os padrões das vestimentas mais apropriadas a cada camada da sociedade.

o Rio à metrópole ou das fortificações que o guardam contra invasores”. Particularmente, as praias da Baía de Guanabara, no Rio de Janeiro, possuíam função de portos e embarcadouros. A cidade dependia desses pontos de distribuição de mercadorias, o que ajudava a movimentar a economia. Para Marcia Disitzer (2012), o porto ajudava no transporte até a parte central do Rio e suas fortificações protegiam contra invasores. O carioca, que passou um tempo apegado à terra firme, resistiu às primeiras décadas de mudança da cidade oitocentista, que ainda nem cogitava o banho de mar.

O século XIX ficou marcado pelas terapias que colocavam as águas do mar no âmbito medicinal, motivadas pelas pesquisas de águas termais que já eram realizadas pelos romanos em suas termas. Os tratados e estudos médicos europeus diziam que as águas frias do mar faziam bem para a saúde, associando-as a uma ideia de longevidade. A prescrição da água do mar era relacionada com a cura de doenças ligadas à melancolia e ao sistema nervoso. Segundo Alain Corbin (1989, p. 77), os médicos consideravam que o banho frio possuía funções medicinais:

[...] capaz de impedir um rápido alastramento da putrefação no interior do corpo, dissolver os tumores endurecidos e limpar e proteger todo o sistema glandular das viscosidades impuras. Além disso, a água do mar possui virtudes que são próprias da água fria, tonifica todas as partes e confere força e vigor ao corpo inteiro.

Durante o reinado de D. João VI, as primeiras praias de baía⁵, onde a água era mais tranquila e sem muitas ondas, ideal para os banhos medicinais com a promessa de curar de doenças, começaram a ser frequentadas. Em 1817, o príncipe regente, por conta de uma inflamação ocorrida por uma picada de carrapato, foi aconselhado por um sacerdote francês a tomar banho terapêutico na Praia do Caju, que ficava no bairro homônimo, localizado na Zona Portuária do Rio de Janeiro, local em que humildes casebres eram ocupados por pescadores. Segundo o cronista C. J. Dunlop (1956), do Rio Antigo, o Caju era uma região belíssima, de praias com areias brancas e água cristalina, onde não era rara a visão do fundo da Baía, tendo como habitantes comuns os camarões, cavalos-marinhos, sardinhas e até mesmo baleias. Para se curar da infecção, o paciente, dentro de uma banheira de madeira, era submerso parcialmente, seguindo recomendações médicas que vinham da Europa. O imperador aceitou a oferta da família Tavares Guerra para se hospedar em

⁵ A praia de baía é mais tranquila e com pouca presença de ondas intensas ao contrário das praias oceânicas, que sofrem grande influência das marés e das ondas.

seu solar todas as vezes que fosse tomar seus banhos⁶. Com a presença do imperador, o bairro se transformou em um elegante balneário, com grandes casas e chácaras. Como o procedimento foi eficaz, o monarca decidiu fundar a Casa de Banhos de D. João VI, que ficava na Praia do Caju, incentivando a ida de pessoas às praias, mesmo em um momento no qual o Rio de Janeiro ainda não tinha sistema de esgoto e plano de saneamento.

Na época, estudos médicos diziam que a água fria do mar trazia benefícios para o corpo e a mente. Para todo tipo de enfermidade, a água de iodo era recomendada, seria uma chance de recuperação. O objetivo não era se expor ao sol, mas, sim, ao sal. Os banhistas iam à praia com roupas que cobriam todo o corpo. Os trajes serviam para proteger a pele de qualquer possibilidade de adquirir uma moléstia, revelando os rígidos costumes morais da época. Dessa forma, segundo Corbin (1989, p. 93), nas praias francesas:

[...] no início dos anos de 1820, homens e mulheres vestem um longo traje de burel marrom sobre uma calça comprida. Por muito tempo proliferam ridículas vestimentas individuais; depois o traje de banho se normaliza, uniformizando-se em função de três imperativos: moral, terapêutico e relativo à ginástica.

Para que as pessoas pudessem aproveitar melhor os banhos de mar e experimentar os benefícios da água salgada, foram criadas as barcas de banho⁷. Modificou-se, assim, o método da imersão, porém as águas poluídas pelo esgoto continuavam as mesmas. Marcia Disitzer (2012, p. 31) conta que essas barcas eram:

Forradas de cobre, divididas em camarotes, eram suspensas por correntes de ferro. Só existiam duas engenhocas desse tipo na cidade: uma ficava no Largo do Paço e a outra entre os bairros Glória e Botafogo. O famoso banho de mar terapêutico era disputado, mas exigia algum esforço, já que para acessar as barcas era preciso primeiramente pegar um bote.

Na tentativa de reestruturar a forma do banho, foram desenvolvidas casas mais modernas: havia quartos de madeira com um banco e um espelho. O local era apropriado para se vestir o traje

⁶ Posteriormente, a casa que D. João VI frequentava para o mergulho medicinal foi anexada às propriedades da Família Real. A Casa de Banho (Praia do Caju, 385) virou um museu no Rio de Janeiro e, à época desta dissertação, encontra-se fechado.

⁷ Após a análise das imagens, foi possível perceber que as Barcas de Banho eram cabines que ficavam dentro do mar. Já as Casas de Banho eram instaladas em terra firme.

específico para o banho de mar. O movimento das casas era grande desde o início do dia, e os horários eram separados de acordo com a classe social: os primeiros atendimentos eram para os menos abastados, que não tinham dinheiro para pagar pelos melhores horários. Posteriormente, à medida que o sol ia aparecendo, os nobres chegavam para a imersão. As casas ficavam, principalmente, no centro da cidade, na praia da Santa Luzia e no Boqueirão do Passeio⁸: sete casas de banho, nascidas do estabelecimento de madame Dordeau⁹, o antigo Dordeau de 1870, com 50 quartos que eram movimentados e geravam lucro. Também há um crescimento das casas de banhos que se limitavam ao serviço básico – pequenos quartos de madeira, onde o banhista troca de roupa. De acordo com Gaspar (2004, p. 88):

Eram sete estabelecimentos. O antigo Dordeau, que contava em 1870 com cinquenta quartos, em 1904 tinha 400. O Fluminense, que começou a funcionar em 1878 com 47 quartos, em 1904 possuía 120. O Vicente, com 66 quartos. O Pinto, com sessenta quartos. O Aurora, com 57 quartos. O Mota, com 55 quartos. Por quase cinquenta anos, até fins da primeira década do século XX, essa era a principal área para banhos no Rio de Janeiro.

No século XIX, a presença de imigrantes europeus contribuiu decisivamente para a disseminação, ainda restrita, dos banhos de mar nas cidades brasileiras. O médico Francisco de Figueiredo Magalhães (1838-1895) abriu a primeira casa em Copacabana. Nos banhos de mar, as roupas pesavam bastante, não eram ideais para a função que deveriam exercer. Mesmo cobrindo o corpo, não eram consideradas adequadas para transitar pelas ruas. Por isso, além da casa de Copacabana, foram instaladas outras casas de banho nas redondezas das praias, que serviam para trocar a vestimenta e guardar os pertences.

A recomendação médica era usar o mar com moderação e nos horários da manhã, quando os raios solares são mais fracos. Gaspar (2004, p. 92) conta que “recomendava-se uma permanência na água de cinco minutos no máximo. E, ao sair, convinha enxugar-se o mais depressa possível e vestir roupa quente”. O ritual era repetido por vinte ou trinta dias durante o verão e tinha a intenção

⁸ Praia de Santa Luzia era uma praia localizada no centro do Rio de Janeiro, em frente à igreja de mesmo nome, que começou a ser construída ainda no século XVIII. No início do século XIX, o local ainda era considerado remoto e isolado, já que era separado da área mais central da cidade pelo Morro do Castelo. Já o Boqueirão do Passeio ficava no bairro Glória.

⁹ Madame Dordeau ganhou uma quantia de dinheiro e ficou milionária, voltou para Paris e tornou-se Condessa do Papa. Como era viúva, rica e sem filhos, adotou uma criança negra, que virou francês e foi famoso em Paris como automobilista.

de revigorar o paciente. A roupa utilizada para o mergulho seguia os padrões rígidos da época, afinal, expor o corpo não era uma atitude bem aceita pela elite. Como descrito por Disitzer (2012, p. 35, grifo da autora), “os primeiros modelos de roupa de banho foram confeccionados em lã ou sarja. Para as mulheres, calças bufantes, estilo *bloomer* e, por cima, um blusão de mangas curtas”¹⁰. As peças eram largas para que não marcassem as formas do corpo feminino e algumas ainda utilizavam roupões ao finalizar o banho.

No século XIX, o banho de mar era receitado por médicos. Helena Machado (2000, p. 208) explica que ele se encaixava no modelo de experiências corporais burguesas, “[...] organizado e regulado por bases científicas, que assenta na crença de que o corpo deve ser ‘educado’, para que o indivíduo possa controlar os sentidos e assim formar uma adequada consciência moral”. As teorias médicas que afirmavam os benefícios do banho de mar para a saúde e correção de distúrbios fizeram com que aumentasse o desejo de se estar à beira-mar. Ainda no mesmo período, surgem discursos que destacam a salubridade, na tentativa de divulgar e convencer as pessoas de que estar na praia era positivo. Assim, ficar próximo à natureza, à água e ao cheiro do mar afastariam as doenças, conforme aponta Machado (2000, p. 210):

É interessante notar que os discursos que apelam à fuga da cidade e ao “reencontro” do homem com a natureza, têm como base uma determinada concepção de “higiene corporal”, confrontando-nos com um imaginário do corpo como uma entidade porosa, extremamente permeável às agressões exteriores, nomeadamente ao ar impregnado de doenças.

Após a questão medicinal, o que impulsionou a ida das pessoas às praias foi os bondes, primeiro por tração animal e, posteriormente, por eletricidade. O transporte ampliou os limites da cidade e áreas outrora desertas ou longínquas, agora, podiam ser visitadas. A Companhia de Bondes Jardim Botânico, por exemplo, fazia propaganda em seus cupons para atrair passageiros. Disitzer (2012, p. 43) destaca que se utilizava o discurso sanitário: “Pedem vossos pulmões ar salitrado? Correi, antes que a tísica os algeme. Deixai do Rio o centro infeccioso. Tomai um bonde que dar no Leme”, dizia uma dessas propagandas.

¹⁰ O *Blommer* foi um modelo de calça inventado pelas estadunidenses Elizabeth Smith Miller e Fabrizia Flynn, mas popularizado por Amelia Bloomer, que deu o nome à peça, no início de 1850. A calça *Bloomer* era larga, comprida, folgada e se estreitava na altura dos tornozelos. Era utilizada por baixo das saias e destinada a preservar a decência vitoriana em uma época de padrões rígidos para as mulheres.

O Rio de Janeiro passava por mudanças marcadas pelo progresso das inovações tecnológicas iniciadas com a Segunda Revolução Industrial, que, segundo Nicolau Sevcenko (2010, p. 521):

[...] instituiu um encadeamento entre as novas tecnologias e, por conta da escalada na atividade produtiva, enormes movimentações populacionais, especialmente voltadas para a concentração nas áreas urbanas que polarizam o processo. É o que desencadeia o fenômeno de metropolização na sua magnitude contemporânea.

De acordo com Disitzer (2012), o bonde elétrico, os primeiros carros e aviões, a telefonia, o telégrafo sem fio, o gramofone e o cinema são marcos de um tempo novo, que chega para determinar um novo estilo de vida. Carlos Lessa (2000) conta que a cidade se ampliou com a implantação do bonde pelas praias em direção ao oceano e, pelos eixos ferroviários, para o interior, fundando os subúrbios. Durante o século XX, tais movimentos fizeram com que a cidade se encantasse pelo oceano e internacionalizou-se em busca de chãos, mantendo o centro como elo estratégico de ligação.

Por sua condição de capital, o Rio de Janeiro era o centro polarizador e divulgador de tudo que surgia de novo, e o hábito de frequentar a praia é uma dessas novidades. A capital é onde está o principal conjunto de órgãos que materializam o significado de nação. É o lugar onde a vida urbana serve como laboratório da civilização nacional e reforça a identidade da nação. Lessa (2000, p. 65) diz que:

Qualquer que seja o processo genético-constitutivo, a cidade, convertida em capital, é beneficiária de uma singela lógica derivada de ser sede do poder político: as opções históricas posteriores movem-se a seu favor. Quase sempre percebida como superior ao campo e às demais cidades, a capital tende a ser priorizada como lugar onde o poder demonstra a riqueza e a civilização de uma nacionalidade. A lógica da capitalidade dá à cidade vantagens cumulativas para continuar sê-la.

Ainda para o autor, a capital tende a cumprir o papel de “cartão de visita” da nacionalidade e de vanguarda em seus procedimentos. O Rio como capital, até pelo menos a metade do século XX, foi o espaço mais cosmopolita do país: por lá, o Brasil articulou-se com as demais sociedades. Foi a cidade preferida pelo estrangeiro para fixar-se e tendeu a ser a porta de recepção e incorporação dos visitantes. Posteriormente, foi ponto de atração dos migrantes internos. O Rio assimilou ideias de fora e de dentro e sinalizou inovações comportamentais para todo o país (LESSA, 2000).

O Rio de Janeiro é o ponto principal para a compreensão do processo de formação do Estado brasileiro e da identidade nacional. As praias, aos poucos, começaram a ser frequentadas e se tornaram pontos marcantes, o que, futuramente, fez com que se incorporassem às belezas naturais que constituem a identidade brasileira. Assim, no início do século XX, o ambiente da praia deixa de ser deserto e desconhecido, ganhando, aos poucos, novos adeptos que passaram a apreciar os hábitos praianos e os cuidados pessoais. As pessoas entenderam que a praia ia além da função medicinal, ela trazia também o divertimento, como comenta Julia O'Donnell (2013, p. 86):

[A] “temporada balnear” já estava plenamente incorporada ao cotidiano da aristocracia europeia, dando início à popularização do prazer à beira-mar. Ao discurso terapêutico se somaria, sem demora, o desfrute hedonístico, fazendo com que o espaço da praia coordenasse, sem maiores contradições, os princípios da cura e do prazer, deixando, aos poucos, de ser o “território do vazio” para adentrar, irreversivelmente, o itinerário da civilização¹¹.

Gradativamente, os banhistas foram ocupando as praias. Disitzer (2012) conta que, por volta de 1920, a burguesia carioca preferia frequentar as praias de Botafogo, Flamengo e Urca, além de Copacabana, onde existiam cabines de banho feitas de madeira e instaladas sobre as areias para a mudança de vestuário. A partir do momento em que a praia foi transformada em local voltado ao lazer e se elitizou, surgiu a necessidade de criar regras para que aquele espaço se tornasse civilizadoe, assim, pudesse receber diferentes tipos de público.

1.2 As praias e o processo civilizador

No Brasil, a partir do século XIX, havia a preocupação em igualar-se aos padrões europeus, considerados sinônimo de elegância e do ser civilizado. Era o modelo a ser seguido e propagado pelas revistas que circulavam no período. Adotar os costumes da “civilização europeia” estava associado ao prestígio social e, na modernidade, esse processo também se manteve. A sociedade

¹¹ A autora faz referência ao livro *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental* (1989), de Alain Corbin. A obra discorre sobre o banho de mar e como ele deveria ser tomado. Assim começa, no século XVIII, a história do desejo da beira-mar, dos prazeres da marinha e da invenção do veraneio, com a organização da natureza litorânea em balneários.

moderna brasileira, principalmente a elite, tinha uma interpretação eurocêntrica¹² da Europa, percebendo esta como civilizada em oposição ao Brasil.

Jeffrey Needell (1993) discorre que, no entender das elites cariocas dos oitocentos, para atingir a civilização, eram necessárias mudanças concretas, de acordo com os modernos padrões europeus, ou seja, franceses. O Rio de Janeiro passou, então, por um processo de afrancesamento, tanto no que diz respeito à estrutura da cidade quanto no comportamento de seus habitantes. O autor ainda aponta que os jornalistas destacavam a importância cultural das novas transformações e consideravam o afrancesamento do Rio como símbolo e instrumento de reabilitação do país e de um futuro “civilizado”, ou seja, próximo ao europeu. Sobre a europeização dos costumes, Maria do Carmo Rainho (2002) diz que esse processo exigia dos membros da “boa sociedade” que os costumes fossem readequados, o que significava o abandono da rusticidade que marcava seus antigos hábitos coloniais. Para ser considerado parte da “boa sociedade”, não bastava a posse de riqueza ou o acesso ao consumo de determinados bens, era preciso se destacar pelo requinte das maneiras e pela cortesia no modo de agir e se comportar socialmente.

No contexto carioca, a ideia de civilização estava ligada à criação de uma uniformidade nas maneiras de agir, concebendo um clima de harmonia entre aqueles que conviveriam no espaço em comum. Através desse recurso, forma-se uma identidade e gera-se autoconfiança, minimizando-se as diferenças. Norbert Elias (1994) explica que o significado de civilização tem relação com as atividades e atitudes humanas; a influência que determinado local exerce nas pessoas. O conceito se aplica de formas diferentes, de acordo com a nação em que se está inserido. A praia, com a presença completa da natureza, era considerada um lugar sem os padrões de civilidade. A partir do momento em que se começou a prática do banho de mar, foi preciso o estabelecimento de regras para que ela se tornasse um lugar de sociabilização.

Só assim, então, as praias se consolidariam como espaço público e democrático, fazendo uma analogia com o conceito de civilização trabalhado por Elias (1994, p. 23), o qual:

[...] refere-se a uma grande variedade de fatos: ao nível da tecnologia, ao tipo de maneiras, ao desenvolvimento dos conhecimentos científicos, as ideias religiosas e aos costumes. Pode se referir ao tipo de habitações ou a maneira como homens e mulheres vivem juntos,

¹² O eurocentrismo é uma visão de mundo que tende a colocar a Europa, assim como sua cultura e suas línguas, como o elemento fundamental na constituição da sociedade moderna. O conceito é baseado na ideia de que a Europa é o centro da cultura do mundo. Acredita-se que grande parte da historiografia produzida no século XIX até meados do século XX, mesmo aquela realizada fora da Europa, assumiu um contexto eurocêntrico.

a forma de punição determinada pelo sistema judiciário ou ao modo como são preparados os alimentos. Rigorosamente falando, nada há que não possa ser feito de forma “civilizada” ou “incivilizada”.

A imagem do que era considerado moderno estava relacionada com vários aspectos, como as ideias de industriabilidade, civilidade e nacionalidade. As influências da modernidade chegaram à burguesia carioca, que absorvia as formas de agir europeias e considerava que, assim, se tornava moderna. Para Rainho (2002), o Rio de Janeiro, as transformações no espaço urbano, a “europeização” dos costumes, o incremento do comércio e a intensificação da vida social são os elementos que servem de pano de fundo para a divulgação da moda. A autora diz que, principalmente na segunda metade do século XIX, a moda passou a fazer parte das preocupações da “boa sociedade” da Corte¹³, que precisava se mostrar no espaço público das ruas, dos bailes e de outros acontecimentos usando o que havia de mais parecido com as novidades de Paris. Essa necessidade estava relacionada a uma exigência que se impôs a partir da chegada da Família Real. O objetivo era abandonar os hábitos coloniais e agir como a burguesia europeia, adotando os valores daquela sociedade, os gostos, costumes, esquecendo qualquer vestígio do passado. Rainho (2002, p. 108) diz que “[...] a ‘boa sociedade’ do Rio de Janeiro buscou no século XIX igualar-se aos europeus e, ao mesmo tempo, distinguir-se das outras camadas da sociedade, por meio do polimento dos costumes, da europeização da vida social e da adoção da moda estrangeira”.

Needell (1993) também trata de como os cariocas imitavam os costumes estrangeiros a fim de se sentirem mais próximos da “civilização”. Para os brasileiros do século XIX, a ideia de civilização estava associada à França e à Inglaterra. Daí a necessidade em trazer os ares da modernidade para a cidade carioca, para sentir e viver como uma verdadeira “boa sociedade”. A modernidade aplicada ao Rio de Janeiro partia da ideia da criação de uma imagem de capital moderna, que se estenderia para todo o país, serviria de exemplo a ser seguido. No entanto, para Feijão (2011), a sociedade vivia um clima de tensão, no qual precisava lidar com a conservação das tradições morais e as novidades advindas do novo sistema.

No século XX, as inovações associadas à modernidade invadiam o cotidiano da elite e estavam relacionadas, entre outras coisas, à velocidade, ao cosmopolitismo e ao tornar-se mundial.

¹³ Pertencer à “boa sociedade” da Corte significava a manutenção de prestígio e possibilitava ascensão na hierarquia social. Todo um conjunto de normas comportamentais regia as ações dessas pessoas. O rei, no seio dessa sociedade cortesã, simbolizava o poder máximo e originava em torno de si um Universo de intrigas e competição por seus favores e preferências.

Também estavam ligadas à ideia de civilização, defendida por Elias (1994). Ortiz (1991) por sua vez, acrescenta que a sofisticação dos costumes não se limitava a uma mudança de natureza subjetiva. Como mostra Elias (1994), ela se encontrava intimamente vinculada à ideia de “civilidade” que dominava as cortes europeias, a partir do século XVI: os novos hábitos de como se portar à mesa, caminhar e se vestir não decorreram de uma vontade pessoal.

A modernidade colocou em questão o indivíduo. Na ilusão dos homens modernos, o indivíduo ocupa um lugar de extrema importância, pois, Ortiz (1991) destaca, o homem, nesse contexto, é o apoio de uma ideologia liberal, guia as estratégias publicitárias e é o centro das modas e do consumo. Diz o autor, a modernidade é um modo de ser, uma sensibilidade. A individualidade também é uma contradição anônima dentro da cultura de massas. A praia poderia virar “massa”, mas as atitudes pareciam estar além, mesmo nessa época, de todos os modismos aos quais estavam sujeitas.

Daniela Calanca (2008) aponta que o individualismo é um dos traços fundamentais da modernidade. Celebração da força e da dignidade do indivíduo e desejo de fazer do homem o padrão incontestável da Terra são temas já trazidos pela cultura renascentista e pelo Iluminismo. No século XIX, tais temas deram vida a um “programa” no qual se baseia também a celebração da racionalidade tecnológica, que se manifesta como “adoração” da máquina e da eficiência, mito que encarna as aspirações humanas.

No contexto do Rio de Janeiro, o indivíduo, para se sentir parte do contexto, precisava absorver os novos preceitos do estilo de vida carioca, que, a partir de então, tinha em sua rotina o hábito de frequentar a praia. Isso gerou um clima de tensão, afinal, as novidades foram aparecendo e o banhista precisava estar de acordo com todas as normativas, caso contrário, não se sentia parte daquele grupo. Ou seja, as novidades advindas com a modernidade transformaram o contexto.

De acordo com Richard Morse (1995 [1984]), os grupos sociais e étnicos se reúnem na praia, mas não se segregam, e os corpos, dramaticamente expostos, substituem, sutilmente, as hierarquias dos ambientes de trabalho pela elementar hierarquia corporal. Ou seja, mesmo que invisíveis, ainda há barreiras sociais presentes nesse ambiente, o que também gera tensão. São fronteiras relacionadas, principalmente, com a classe social à qual o banhista pertence, uma vez que não é qualquer corpo que deve estar desnudado com trajes de banho, é um corpo que deve estar preparado para ficar exposto no banho de sol e de mar.

Então, a modernidade é tensão, pois há uma tendência à individualização e ao excesso de poder da sociedade. O que gera uma situação paradoxal: ao mesmo tempo em que o homem se sente liberto, ele está preso às tradições e ideias conservadoras. Há necessidade de mudança, porém ela não pode ser feita de maneira repentina. A individualização do homem moderno sofre a contradição entre ser autônoma e aparecer apenas no interior da uniformidade das aglomerações, ou seja, não há diferenciação significativa. A modernidade trouxe também certa autonomia, pois, quando absorveu os ideais modernos, já foi um sinal de que o indivíduo estava pronto para viver na “civilização”. Ou seja, na praia, se os banhistas já tinham se adaptado ao novo ambiente e aprendido como se comportar, poderiam se sentir parte daquele espaço, com autonomia para desfrutar o que era ofertado. Contudo, tais autonomias estavam ainda restritas às camadas média e alta brasileiras, que, muitas vezes, aderiram a atributos da modernidade com mais rapidez.

Para Marshall Berman (1986), o ser moderno também é viver uma vida de contradição. É sentir-se fortalecido pelas imensas organizações burocráticas que detêm o poder de controlar e, frequentemente, destruir comunidades, valores, vidas; e, ainda, lutar para mudar o seu mundo transformando-o em nosso mundo. É, ao mesmo tempo, revolucionário e conservador: aberto a novas possibilidades de experiência, aterrorizado pelo pessimismo ao qual o modernismo também conduz e na expectativa de criar e conservar algo real, mesmo quando tudo em volta se desfaz. O autor completa dizendo:

Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, auto transformação e transformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos. A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e ideologia: nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém, é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade: ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição de ambiguidade e angústia (BERMAN, 1986, p. 15).

A modernidade não é fácil de determinar; é vaga, pois abarca muitas contradições e não pode ser entendida fora do contexto da cidade, onde os corpos e mercadorias circulam e há o exercício do consumo. A vida moderna pareceria urbana por definição, contudo, as transformações sociais e econômicas criadas por ela remodelaram a imagem da cidade em plena erupção do capitalismo industrial, na segunda metade do século XIX. Seu surgimento acompanhou o nascimento de uma “sociedade de massa”, que foi resultado, em parte, do crescimento do capitalismo industrial (CHARNEY; SCHWARTZ, 2001).

Velloso (2015) diz que a modernidade pode ser compreendida como um processo que vai acarretando mudanças significativas de percepção do tempo e do espaço, fazendo coexistirem múltiplos valores culturais. A modernidade é mundial, pois não conhece fronteiras ou nacionalidades. Ela traz características de uma ordem planetária; não exclusivamente econômica, mas de um tipo de cultura que se expressa no lazer, na indústria cultural, no consumo, no turismo, nas cidades. Transformações que requerem uma nova concepção de espaço e de tempo mundiais. Uma ruptura entre modernidade e modernização se instaura. “A modernidade é uma imposição dos tempos, mas sutilmente ela não deixa de diferenciar entre aqueles que são e os que apenas existem” (ORTIZ, 1991, p. 268).

O tempo na modernidade é veloz. As inovações tecnológicas advindas com ela tornaram a vida mais ágil. A energia do vapor deu lugar à eletricidade e a dos derivados de petróleo, e a criação do telégrafo e do telefone ofereceu possibilidades para as comunicações. No início do século XX, bondes elétricos e automóveis instauraram um novo ritmo às cidades. A partir de então, a preocupação com a facilidade de circulação passou a gerenciar o sistema viário: quanto mais livres e desobstruídos os caminhos destinados a essas máquinas, maior a rapidez com a qual elas poderiam percorrê-los (FEIJÃO, 2013). Ou seja, o transporte possibilitou que as pessoas pudessem ter acesso com mais facilidade às praias e, também, fez com que a revista *O Cruzeiro* circulasse por todo o Brasil.

Calanca (2008), por sua vez, relaciona a necessidade da velocidade no cenário da modernidade aos esportes na Europa. Utilizando seu discurso, podemos considerar a prática esportiva nas praias cariocas um fenômeno moderno. A autora entende o esporte como instrumento pedagógico da cultura industrial e as atividades de lazer e diversão, geralmente, como uma espécie de treino para os ritmos da civilização das máquinas. Trata-se do esporte como sinônimo de progresso, velocidade e aperfeiçoamento.

Então, o pensamento da modernidade, influenciado pelo racionalismo, pelo cientificismo e pelas ideias do progresso, constituiu a base das novas elites. Porém, a circulação desses ideais não ficou restrita aos círculos mais intelectualizados da população. A imprensa ajudou na propagação do novo ideário.

As ideias de modernidade citadas tiveram influência fundamental na composição da aparência pessoal da classe burguesa carioca, a partir do entendimento que esta fazia de tais conceitos, relacionando-os sempre com os padrões adotados pela burguesia europeia.

Para que o Rio se tornasse moderno e civilizado, não bastavam as mudanças higienistas e o progresso tecnológico. A população também precisou passar por um processo civilizador e modernizador. Paris foi a escolhida como modelo a ser seguido e, com isso, os costumes da cidade foram absorvidos pela elite carioca. A praia, que abrange a esfera do indivíduo e do coletivo, precisava de discursos disciplinares para que os banhistas tivessem atitudes consideradas dentro do molde parisiense; jornais e revistas foram utilizados para que determinadas formas atreladas aos ideais da época fossem divulgadas e adotadas.

O contexto da modernização influenciou as mudanças sofridas pela praia. Civilizar aquele ambiente inóspito também era uma maneira de estar próximo aos costumes europeus, visto que o hábito do banho de mar já acontecia na França. No Rio, aconteceu um mascaramento através da reforma urbana e embelezamento da cidade, enquanto a população foi educada com o auxílio de regras trazidas, principalmente, pelos impressos. Assim, haveria a possibilidade de se sentir mais próximo do civilizado. Feijão (2011, p. 22) ressalta que “as praias, até então utilizadas apenas para banhos terapêuticos, começavam a integrar os hábitos de lazer dos cariocas e forçavam a criação de novos trajes, adaptados às novas necessidades de corpos que se tornavam mais ágeis e flexíveis”.

Na praia, a modernidade fez-se presente quando frequentar esse espaço tornou-se um hábito e sinônimo de ser civilizado. Aos poucos, ela foi reestruturada: inicialmente, com as casas e as cabines de banho, e, depois, com ensinamentos trazidos, principalmente, por periódicos a fim de organizar e democratizar o espaço. Na visão de Disitzer (2012, p. 58), “foi ainda necessário pensar todo um novo mobiliário especial para atender aos banhistas e usuários das praias, e estruturas de acesso, trampolins, casetas-vestiário, cadeiras e postos salva-vidas, entre outros, se tornaram objeto de projetos variados”¹⁴. Considerando a praia ainda como um local a ser explorado e socializado com essa busca pela modernização, ela começou a servir de ponto de encontro para amigos que queriam aproveitar o lazer ao ar livre.

O Rio de Janeiro, no início do século XX, enfrentava problemas na saúde pública. As pessoas precisavam conviver com precárias condições sanitárias, principalmente na área central. Muitas doenças atacavam a população. De acordo com Sevcenko (2010, p. 22), “o Rio apresentava focos permanentes de difteria, malária, tuberculose, lepra, tifo, mas suas ameaças mais aflitivas eram a varíola e a febre amarela, que todo verão se espalhavam pela cidade como uma maldição”.

¹⁴ Ao visualizar registros fotográficos da época, pode-se dizer que as casetas-vestiários eram pequenas cabines que serviam para a troca do traje de banho na praia.

A praia só começou a ser descoberta, aos poucos, principalmente, a partir da reforma urbana do Rio de Janeiro, coordenada pelo prefeito Francisco Pereira Passos (1902-1906). A intenção era sanear a cidade, modernizar os transportes e controlar as doenças. Também foram derrubados muitos cortiços criados pelos imigrantes. O processo de demolição das residências, principalmente na parte central da cidade, foi denominado de “Regeneração”. Sevcenko (2010, p. 23) explica:

Para os atingidos pelo ato era a ditadura do bota-abixo, já que não estavam previstas quaisquer indenização para os despejados e suas famílias, nem se tomou nenhuma providência para realocá-los. Só lhes cabia arrebanhar suas famílias, juntar os poucos bens que possuíam e desaparecer de cena. Na inexistência de alternativas, essas multidões juntaram restos de madeira dos caixotes de mercadorias descartados no porto e se puseram a montar com eles toscos barracões nas encostas íngremes dos morros que cercam a cidade, cobrindo-os com folhas de flandres de latões de querosene desdobrados. Era a disseminação das favelas.

A “Regeneração” procurava sanear a cidade com base no modelo parisiense. Isso não significou mudanças apenas na estrutura do Rio de Janeiro, mas um ideal a ser seguido: gestos, costumes, arquitetura e aspectos da cultura. O então prefeito estudou em Paris e quis levar para a cidade carioca a estrutura de avenidas largas e a preservação da área verde dos franceses. A ideia de modernização se estendeu pela área urbana e uma das obras que pretendia fazer valer esse ideal foi a criação do Túnel Carioca, atual Túnel Novo, que dava acesso à Zona Sul e à praia de Copacabana, a primeira a receber as pessoas para banhos de mar.

A reurbanização do Rio de Janeiro se inseriu em uma política de transformação da capital, com o objetivo de erradicar várias epidemias e de embelezamento urbano afrancesado, criando, assim, uma boa impressão aos visitantes estrangeiros interessados em conhecer o Brasil. A proposta de reforma da capital envolveu três frentes de trabalho: a modernização do porto, a reforma urbana e o saneamento básico. Nas ações de saneamento básico, fez-se necessário acabar com diversas epidemias decorrentes da má qualidade sanitária na cidade, principalmente na região central. No início do século XX, a capital federal era alvo constante de surtos de febre amarela, peste bubônica, malária e varíola. A solução proposta, além das vacinações obrigatórias e da fiscalização compulsória das residências, foi a demolição das habitações coletivas existentes na cidade, como cortiços, estalagens e casas de cômodos.

Adotando a política saneadora, o prefeito queria deixar para trás os costumes coloniais, ainda presentes na sociedade carioca. Segundo O’Donnell (2013), Pereira Passos foi nomeado o homem do projeto que visava fazer da capital da República uma vitrine do discurso civilizatório.

Para isso, realizou diversas obras para a estrutura de Copacabana e uma das principais foi a construção da Avenida Beira-Mar, concluída em 1906:

[...] cujo projeto fazia parte de um ambicioso plano de reformulação do sistema viário que visava, entre outras coisas, desafogar o movimento, então já intenso, entre os bairros do Centro e aqueles localizados no sentido sul. Para tanto, projetou-se uma avenida traçada entre a avenida Central e o fim da praia de Botafogo, margeando todo o litoral com extensão de 5.200 metros e largura de 33 metros (O'DONNELL, 2013, p. 44).

A intenção de Pereira Passos foi apagar, simbolicamente, o passado colonial da capital. Lessa (2000, p. 12) destaca que o objetivo incluía “negar seu formato urbanístico, apagar tipologias arquitetônicas dominantes e inovar os padrões comportamentais na velha cidade. Era cancelar o estigma colonial e entrar na modernidade, atestando, com a reconstrução do Rio, o vigor potencial da civilização brasileira”. Velloso (2015) conta que a implantação do projeto urbanístico acabou originando uma dualidade de ordens e valores que marcaria decisivamente a tradição cultural da cidade. Enquanto Capital Federal, o Rio de Janeiro devia transformar-se em uma “Europa possível” e, também, corporificar um modelo de nacionalidade. Mas a construção desse imaginário era problemática.

Figura 1 - Avenida Beira-Mar, obra do prefeito Pereira Passos



Fonte: Acervo Augusto Malta. Disponível em: <<http://portalaugustomalta.rio.rj.gov.br/>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

A Beira-Mar facilitou a circulação do Centro ao Sul da cidade. Feijão (2013) explica que essa via tornou possível a expansão da cidade rumo à Zona Sul, iniciando uma sequência de novas avenidas, como Atlântica, Vieira Souto, Delfim Moreira e Niemeyer, que acompanhavam o desenho proposto pela natureza, tendo o mar como fronteira. Tal proximidade foi decisiva na formação de um estilo de vida tipicamente carioca¹⁵, pois pretendia, também, aumentar a interação entre o mar e a vida na cidade. Ainda para a autora, “a nova via se configurava como prolongamento da Avenida Central: partindo do Centro, passava pelas praias da Glória e Flamengo e chegava ao final da praia de Botafogo, acompanhando o litoral” (FEIJÃO, 2013, p. 150). A interação da parte urbana com a praia aumentou. Com isso, houve a propagação da ideia de ir à praia como algo positivo, inclusive pela imprensa. É nesse momento que surgiram regras para a frequência do espaço, as quais tratavam do comportamento, do tamanho do traje que poderia ser utilizado, dos horários específicos de exposição ao sol; mudanças que atingiram, também, os acessórios que os cidadãos deveriam carregar até o local. As leis tinham por objetivo, principalmente, orientar os banhistas e servir como código civilizacional, que exigia polidez e autocontrole.

Do ponto de vista de Elias (1994), o autocontrole se relacionava com a internalização dos hábitos aprendidos. As leis praianas ajudaram a criar um padrão de comportamento a que o indivíduo fora inicialmente obrigado cumprir, para que, depois, as atitudes fossem apenas reproduzidas, mais ou menos, suavemente no seu íntimo através de um autocontrole que opera mesmo contra seus desejos conscientes. Os regulamentos visaram educar os banhistas, para que, dessa forma, os hábitos se tornassem automáticos e civilizados.

A valorização das praias como espaços elegantes aconteceu em conjunto com o pensamento higienista que direcionou as reformas levadas pelo prefeito Pereira Passos. As regras de higiene que reformaram parte da cidade e transformaram sua arquitetura, também, determinaram uma modificação relevante: nos hábitos, nas roupas e nos corpos das pessoas que ali habitavam. A incorporação de Copacabana, Leme, Ipanema e Leblon ao mapa da vida urbana, através da construção da Avenida Beira Mar e da extensão das linhas de bondes, propiciou novas formas de

¹⁵ O conceito de “estilo de vida” será considerado aqui a partir da visão do sociólogo britânico Anthony Giddens (2002), que aborda a expressão no contexto da modernidade. O autor considera que “[q]uanto mais a tradição perde seu domínio, e quanto mais a vida diária é reconstituída em termos do jogo dialético entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções” (GIDDENS, 2002, p. 13).

lazer diretamente ligadas à movimentação e exposição do corpo. A abertura da Avenida estimulou o contato do carioca com o mar e acelerou o processo de transformação das práticas terapêuticas dos banhos em divertimento (FEIJÃO, 2013).

Em 1906, Pereira Passos criou um regulamento para o funcionamento dos balneários. A prática dos banhos era considerada arriscada e, por isso, foi necessário um controle para a segurança. As regras impostas demonstram autoritarismo e conservadorismo, características do período da República Velha, com a intenção de organizar aquele espaço e transformá-lo em sociável.

As moças, por exemplo, só poderiam se banhar acompanhadas cada qual de um “banhista”, um empregado subalterno do estabelecimento, encarregado de mantê-las seguras pela mão o tempo todo. Além dessa prevenção, o estabelecimento deveria manter também uma “sala ampla e arejada, destinada a receber os afogados” e todo um repertório de instrumentos médicos indispensáveis (SEVCENKO, 2010, p. 573).

Segundo Lessa (2000), o Rio pós-reformas Pereira Passos e Oswaldo Cruz (médico responsável pela higienização e diretor de serviço de saúde pública) foi transformado. Tornou-se o ingrediente principal de construção da identidade nacional e da valorização da autoestima dos brasileiros. A distribuição socioespacial da cidade foi radicalmente modificada com a modernização urbanística, quando os pobres foram expulsos dos cortiços centrais e os mais abastados migraram para a orla marítima.

Como já foi dito, os banhos tinham fins exclusivamente terapêuticos e não deviam demorar muito tempo. Ricardo Boechat (1998) diz que, por volta de 1886, bronzear a pele era considerado um hábito danoso à saúde, mas, também, era a forma de adquirir as cores do povo, aquele do qual a elite procurava distinguir-se. Exceto os casos que seguiam orientação médica, aos olhos das autoridades, os banhos de mar constituíam pecado quase mortal. Em 1917, o prefeito Amaro Cavalcanti assinou o decreto 1.143, estabelecendo rígidos horários e normas de comportamento para a prática nas praias do Leme e de Copacabana. Talvez tais regras só foram impostas nessas praias por serem as mais frequentadas.

Cavalcanti também decretou a construção de postos de salvamento na praia de Copacabana. Curiosamente, ainda não existia a profissão de salva-vidas e os próprios pescadores exerceram essa tarefa. Disitzer (2012) conta que a intenção dos postos era ser um ponto de apoio para a eventual fatalidade. Eram construções de madeira que ficavam espalhadas pela praia, nos pontos em que o

banho de mar era permitido. Afinal, havia pontos na praia em que o mar era mais intenso e, por isso, não eram ideais para o banho, podendo causar acidentes. Dessa maneira, os banhistas podiam ter mais segurança e estrutura.

Em 1917, o prefeito implantou várias leis que, quando não cumpridas, o banhista teria como punição uma multa de 20\$000 (vinte mil réis). A falta de pagamento garantia cinco dias na prisão. A legislação era tão rígida que, cerca de um ano depois, foi abolida. Vejamos um exemplo dessa norma:

Artigo 1 – O banho de mar só será permitido de 1 de abril a 20 de novembro, das 6 às 18 horas; e de 1 de dezembro a 31 de março, das 5 às 8 horas e das 17 às 19 horas. Paragrapho único: Será ampliado por mais uma hora, pela manhã, o tempo de banho, nos domingos e feriados.

Artigo 2 – Os locais destinados ao banho serão assinalados por meio de mastros no perímetro determinado por duas balizas no sentido da praia e para o mar, antes da arrebentação.

Artigo 3 – As pessoas que fizerem uso do banho de mar devem apresentar-se com vestuário apropriado, guardando a necessária decência e compostura de acordo com as exigências da autoridade respectiva.

Artigo 4 – As condições do tempo e o estado do mar serão indicados por sinais convencionais instalados nos mastros de que trata o Artigo 2. Paragrapho único: A cor branca facilitará o uso do banho e a vermelha indicará a sua proibição.

Artigo 5 – São expressamente proibidos quaisquer ruídos e vozerias na praia ou no mar durante todo o período do banho.

Artigo 6 – Será punido com multa de 20\$000 todo aquele que infringir as disposições estabelecidas neste regulamento e, na falta do pagamento, com cinco dias de prisão.

Artigo 7 – Os detalhes de serviço, assim como avisos e demais providências complementares, serão afixados nos mastros, para conhecimento dos banhistas.

Artigo 8 – Fora dos locais indicados ou convenientemente assinalados, ficam em pleno vigor e serão rigorosamente observados as disposições do Artigo 3 e seus parágraphos do decreto ora regulamentado (GASPAR, 2004, p. 43).

A praia se consolidava, nesse período, como local de lazer, sendo ocupada desordenadamente. Os decretos foram, então, criados para acabar com os excessos de animação dos banhistas, a fim de conter o comportamento das pessoas. Disitzer (2012, p. 42), contudo, afirma que “A tentativa de impor regras não vingou”. Além das restrições, pelas quais se acreditava controlar os novos hábitos sociais, o governo tentou definir quais trajes poderiam ou não ser usados. Porém, com as novas modas e hábitos, como o banho de sol, vindas dos Estados Unidos e da Europa, e a partir da observação das imagens veiculadas em *O Cruzeiro*, as quais trataremos adiante, era possível encontrar banhistas vestidos com diferentes trajes, cada vez menores, o que leva a crer que, provavelmente, era impossível controlar o vestuário.

De acordo com Boechat (1998), três décadas antes do decreto de Amaro Cavalcanti, a atriz francesa Sarah Bernhardt assustou as pessoas, nos anos 1880, com trajes de banhos que usou em Copacabana, onde passou horas sentada na areia contemplando o horizonte. As críticas à atitude foram poupadas graças à fama da protagonista. Na década de 1920, o prazer de ir à praia, de desfrutar a água salgada, de brincar e repousar na areia passou a ser visto com naturalidade, levando a população do Rio a experimentar o que, com o passar do tempo, se tornou o mais característico e democrático de seus costumes.

As leis praianas traziam os costumes dos salões para as praias. A construção do Copacabana Palace, por exemplo, também trouxe mais requinte para esse ambiente que ainda era deserto, e o monumento representava a ideia de modernidade. Inclusive as áreas litorâneas passaram a ser mais valorizadas. No anúncio de inauguração, já é possível notar que tratava-se de um local destinado às famílias da elite carioca e mais um diferenciador social.

Figura 2 -Anúncio de inauguração do hotel Copacabana Palace

Copacabana Palace Hotel



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/acervodigital>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

O'Donnell (2013) explica que o Copacabana Palace foi construído por sugestão do presidente Epitácio Pessoa, que governou de 1919-22, e enfrentava o desafio de repensar os contornos da nação em meio ao desgaste do modelo republicano e às discussões impulsionadas pela proximidade do centenário da Independência. Inaugurado em 13 de agosto de 1923, o hotel

surgiu como concretização de uma série de apostas em um novo modelo de civilização, que se expressava em um igualmente novo mapa urbano. A obra, além de trazer sofisticação para o bairro de Copacabana, aproximou as pessoas da beira-mar.

No inverno de 1923, quando o Copacabana Palace abriu as portas, a paisagem diante de suas varandas era dominada pelo mar azul e luminoso e pela imensidão branca da areia. Uns poucos sobrados e casas de veraneio, cercados pela natureza, dividiam com canoas de pescadores o cenário que o sol e o oceano desenhavam. O hotel, quando começou a funcionar, tinha poucos hóspedes e, mesmo privado do cassino, que o governo proibira ainda durante as obras, o Copacabana Palace oferecia uma sala de espetáculos, dois restaurantes e seis salões. Para servir 230 apartamentos, havia mais de mil funcionários próprios, número incomum até nos grandes hotéis da Europa. As diárias equivaliam a menos de dez dólares, que davam direito a pensão completa e transporte gratuito para o centro da cidade, em uma linha exclusiva de jardineiras. Os espaços eram grandes e a decoração importada (BOECHAT, 1998).

Figura 3 - Varanda do Copacabana Palace



Fonte: Acervo Augusto Malta. Disponível em: <<http://portalaugustomalta.rio.rj.gov.br/>>. Acesso em: 15 março 2016.

No ano seguinte, foram regulamentados o trabalho na indústria e no comércio e a jornada de oito horas. Com todas essas mudanças, as pessoas poderiam dedicar mais tempo ao lazer e, com isso, as praias serem mais visitadas.

A praia estava cada vez mais presente na rotina do carioca e ficou difícil o controle dos banhistas através das normas. No Brasil, existiram leis para conter a excitação na praia até, aproximadamente, o início dos anos 60, quando o Presidente da República, Jânio Quadros, proibiu o uso de biquínis em praias e piscinas do território nacional. O motivo da lei foi porque considerava-se o traje "indecente". Mesmo com a ausência de leis na praia, um tema que ainda gerava discussão era a questão do bronzeamento e como ele deveria ser feito para estar dentro dos padrões da civilização.

1.3 Entre o branqueamento e o bronzeamento

Na década de 1920, a pele bronzeada ainda não era vista como um padrão estético, sendo considerada um diferenciador social. Por isso, o banhista deveria obedecer às prescrições dos horários ao se expor ao sol. O'Donnell (2013, p. 166) caracteriza que “historicamente remetida ao trabalho braçal, a cor morena servia como marca distintiva dos segmentos mais pobres da população, numa associação que começara na Europa do Antigo Regime e atravessara o Atlântico sem maiores adaptações”. Outra razão para a exposição solar ser controlada era a intensidade dos raios, que causavam insolação nos banhistas e era motivo de risco à saúde. No entanto, como na época ainda era uma novidade se bronzear, era preciso explicar como a exposição ao sol afeta a pele.

Monica Schpun (1999), em sua obra *Beleza em Jogo*, que retrata a cidade de São Paulo durante a década de 1920, explica que a mestiçagem ainda não estava associada à beleza que fundamenta a modernidade brasileira. Para a oligarquia branca que dominava as cidades no início do século XX, o bronzeamento era considerado um perigo. Defendia-se o processo de branqueamento da cor negra, a qual se buscava diluir, apagar, ficando apenas uma lembrança. As elites brasileiras estavam sob a influência do arianismo e o conceito de branqueamento foi adotado por elas, principalmente, de 1889 a 1914, trazendo a ideia de que a mistura do negro com o branco não produziria uma genética com qualidade intelectual. Os mestiços eram considerados incapazes de competir com a etnia ariana, portanto, estavam no nível das raças inferiores. Conforme esclarece Thomas Skidmore (1976, p. 81):

A tese do branqueamento baseava-se na presunção da superioridade branca, às vezes, pelo uso dos eufemismos raças “mais adiantadas” e “menos adiantadas” e pelo fato de ficar em

aberto a questão de ser a inferioridade inata. À suposição inicial, juntavam-se mais duas. Primeiro – a população negra diminuía progressivamente em relação à branca por motivos que incluíam a suposta taxa de natalidade mais baixa, a maior incidência de doenças, e a desorganização social. Segundo – a miscigenação produzia “naturalmente” uma população mais clara, em parte porque o gene branco era mais forte e em parte porque as pessoas procurassem parceiros mais claros do que elas.

Lilia Schwarcz (1997) conta que no final do século XIX, com a entrada de imigrantes brancos, iniciou-se no Brasil um modelo original em que o cruzamento poderia gerar o branqueamento da população. Assim, junto ao processo de libertação dos escravos, surgiu uma política de incentivo à imigração nos últimos anos do Império, com o objetivo de “tornar o país mais claro”. Quanto mais branco, melhor e superior. Esse era o ideal difundido, que via no branco não só uma cor, mas também uma qualidade social: aquele que é mais civilizado e sabe se portar. O embranquecimento da pele foi um objetivo da cultura cosmética¹⁶ por um longo tempo, sobretudo entre os séculos XVI e XVIII. Procurou-se branquear a sociedade, empalidecendo a negra e a índia. A beleza no Brasil não era definida pela mestiçagem, mas pelo culto ao branco. “E a cor, sem dúvida, é elemento definidor de suposta superioridade que surgia ali como código semântico com valor operatório, como elemento de identificação de um dado grupo humano e, ao mesmo tempo, de separação de uns e outros” (SOARES, 2011, p. 50).

No final da década 1920, o banho de sol tornou-se uma atividade relacionada aos padrões da modernidade, aos poucos o bronzeamento passou a ser bem-visto. A cor era adquirida pela exposição controlada ao sol¹⁷. Para O’Donnell (2013, p. 163), a pele bronzeada era condição civilizacional da praia: “[...] a exibição de corpos morenos e robustos remetia não apenas a um modo de vida, mas a um tipo de civilização que, diferentemente do que sugeriam os arautos do moralismo, tinha no elevado controle dos impulsos o carimbo do bom-tom”. A cor bronzeada se associou a uma característica brasileira muito marcante, estética que passa a ser buscada pela elite. O trabalho braçal sob o sol ainda era relacionado às classes mais baixas, no entanto, a prática do

¹⁶ Para compreender um pouco mais sobre o termo cultura cosmética, conferir o livro *As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940)*, da autora Carmen Soares (2011, p. 50).

¹⁷ Amanda Campos (2015), no artigo *Por entre redes e tramas: a indumentária de pescadores e maricultores da Freguesia de Santo Antônio de Lisboa (Florianópolis – SC)*, mostra que o bronzeado, valorizado pela sociedade contemporânea, é similar aos valores do início do século XX, pois se diferencia do padrão dos pescadores que trabalham expostos ao sol. Os corpos dos trabalhadores são magros, sem qualquer resquício de terem sido adquiridos através de atividades físicas de lazer. O que molda os corpos dos pescadores é o trabalho. São corpos reais, e não erotizados; estão ligados ao desleixo. Esse estilo de bronzeado era julgado de maneira negativa pela sociedade, estava relacionado com o não apreço pela boa aparência.

trabalho passou a ser valorizada, visando mostrar a exuberância advinda do ato de trabalhar. Com isso, surgiram diversos procedimentos que incentivavam o bronzamento e o cuidado com a aparência. Sevcenko (2010, p. 561) explica que:

Para isso eram necessários não apenas os banhos de mar, banhos de sol, caminhadas, exercícios físicos, check-ups periódicos, tônicos laxantes, elixires e emolientes, mas também um repertório de pós, loções, cremes, pomadas, emplastros, sabões, sabonetes, xampus, tinturas, descolorantes, enfim, dessas coisas que servem ao apuro da higiene corpórea.

Dessa maneira, houve uma clara separação de classe, ou seja, do trabalhador braçal e dos mais abastados que podiam frequentar a praia. Sendo assim, o bronzeado ideal era aquele que exigia tempo livre para adquiri-lo, não estando mais ligado às pessoas humildes que trabalhavam expostas ao sol e, portanto, deixando de ser recusado. Leitão (2011, p. 68) fala que “se antes o belo era ser pálido, demonstrando pertencimento de classe e opondo-se àqueles que precisavam trabalhar literalmente de sol a sol, o modelo se inverte, mas não seus conteúdos”. O bronzamento representava uma autonomia sobre o corpo e o privilégio em possuir tempo ocioso para adquirir essa cor ideal: “[E]u me bronzeio, e o faço propositalmente. É o emblema de autonomia sobre o corpo, de dedicação e esforço no cuidado dele, revelando não só a disponibilidade de tempo para isso, mas também a vontade de dedicar-se ao trabalho sobre o corpo” (LEITÃO, 2011, p. 68).

A prática esportiva, que ajudava a manter o corpo trabalhado, virou febre nas praias. Sevcenko (2010) faz uma alusão a esse período dizendo que é uma mistura de tempos gregos, romanos, medievais e modernos, criando uma imagem de “civilização esportiva”. Essa expressão não deve ser compreendida apenas pela prática de esportes, como generalização de uma ética da atividade, mas relacionada a uma ação, em uma espécie de engajamento corporal. A prática esportiva altera os hábitos da população, especialmente aquela mais abastada e com tempo livre, que passa a se preocupar mais com o corpo e o bem-estar.

No período, as modas esportivas eram leves, curtas e coladas ao corpo, permitindo a movimentação e exibindo o físico. Assim, facilitavam o bronzamento, pois os corpos ficavam mais à mostra. A estética corporal passou a ser a do esportista, um corpo que precisa de empenho para se chegar ao resultado final. Dessa forma, desenhou-se, então, um corpo conquistado depois da prática de alguma atividade física e o bronzeado era por conta da exposição ao sol, características

que, aos poucos, foram sendo relacionadas com o ideal de corpo brasileiro. De acordo com Gaspar (2004), os esportes praticados ao ar livre viraram sinais de vitalidade e modernização dos costumes.

O avanço dos esportes ao longo do século visou adaptar o corpo e a mente na busca acelerada pelas novas tecnologias. Sevcenko (2010, p. 571) fala que, “como as metrópoles eram o palco por excelência para o desempenho dos novos potenciais técnicos, nada mais natural que a reforma urbana incluísse também a reforma dos corpos e das mentes”. Diante dessa nova estrutura de cultura esportiva, o principal valor era a ideia de saúde, que envolvia cuidados com a higiene e a beleza. Consequentemente, o mercado foi atingido por esse sistema de valores. Passaram a ser abolidos materiais que provocassem sujeira, sendo substituídos por produtos de efeito higiênico. Em tal cenário, o símbolo central da nova ética era a imagem do corpo.

Desde o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), a moda passou a ser mais leve e esportiva, ressaltando a forma do corpo. Para Sevcenko (2010), nesse contexto, o esporte e tudo o que remetia a ele se tornaram alguns dos códigos para estabelecer os signos da distinção social. O autor considera ainda que a burguesia, ao se apropriar do esporte, o traduziu em termos como agressividade, competitividade e imperativo da vitória. Contudo, nas décadas de 1920 e 1930, mesmo com o bronzear em voga, a pele branca permanecia como sinônimo de beleza. Sant’Anna (2014, p. 75) relata que “havia conselhos que sugeriam a proximidade entre sujeira, doença e pele escura. Pior ainda, havia quem empregasse a expressão ‘pele encardida’”. Isso mostra a dinâmica da sociedade que passava por uma transição de valores: ao mesmo tempo que encontravam-se anúncios de produtos que branqueavam a pele, outros difundiam a ideia da pele morena, tida como estética exótica e charmosa.

Segundo Bert Barickman (2009), o ideal era ter a pele clara, igual na Europa. No Brasil, entretanto, a valorização da alvura representava mais do que simplesmente um padrão estético importado. O autor fala que ter a pele branca

refletia também as hierarquias de cor e raça de uma sociedade que se baseou, durante mais de 300 anos, na mão de obra cativa e que conheceu um amplo processo de miscigenação. Para as classes dominantes, uma tez clara – e quanto mais clara, melhor – servia para distingui-las, antes de 1888, dos escravos que possuíam e, tanto antes como depois de 1888, da população livre de cor. Podia, afinal, ser tênue a linha entre quem era tido como branco e quem era reconhecido como descendente de escravos e, portanto, de africanos (BARICKMAN, 2009, p. 177).

Na obra *Diploma de Brancura*, Jerry Dávila (2006) refere-se à primeira metade do século XX como o período no qual havia práticas, e intenções de práticas, empregadas em escolas cariocas, para embranquecer a cultura, a higiene, o comportamento e até, eventualmente, a cor da pele da população, geralmente não-branca e pobre. A brancura encarnava as virtudes desejadas de saúde, cultura, ciência e modernidade.

Dávila (2006) ressalta que a negritude ainda conservava todas as suas conotações pejorativas, mas os indivíduos podiam escapar à categoria social da negritude por meio da melhoria de sua saúde, nível de educação e cultura ou classe social. Dinheiro, educação, status de celebridade e outras formas de ascensão social aumentavam a “brancura”. Esta era uma forma de afirmar a “europeidade”. Além disso, a brancura transmitia um senso racial de saúde, vigor e superioridade. Também era, contudo, a ausência de negritude.

Ainda na década de 1930, a pele bronzeada foi motivo de desejo. O bronzeamento tornou-se marca do brasileiro e a mistura de raças, uma característica de nossa população, juntamente com o bronze adquirido ao se expor ao sol, virando um diferenciador social. Eram marcas de um povo, criando uma identidade para o Brasil. Assim, a miscigenação foi se tornando um símbolo positivo que representava a cultura brasileira. Foi também nesse período que as praias começaram a ser mais frequentadas e o esporte nesse ambiente se popularizou. Conseqüentemente, a pele bronzeada se tornou sinônimo do saudável e do belo. A partir daí, miscigenado e moreno começam a perder o significado de inferioridade.

[...] [F]oi nos anos 1930 que o mestiço transformou-se definitivamente em ícone nacional, em um símbolo de nossa identidade cruzada no sangue, sincrética na cultura, isto é, no samba, na capoeira, no candomblé, na comida e no futebol. Redenção verbal que não se concretiza no cotidiano: a valorização do nacional é acima de tudo uma retórica que não encontra contrapartida fácil na valorização das populações mestiças e negras (SCHAWRCZ, 2012, p. 18).

O'Donnell (2013) ensina que a ideia de corpo moreno passou a fazer parte dos requisitos da civilização, era sinal de bom-tom. A autora ressalta que os banhos de sol entraram na cartilha da elegância moderna, fazendo da pele bronzeada a mais nova condição do corpo praiano. O corpo estava cada vez mais exposto, a fim de conseguir o bronzeado ideal que, aos poucos, foi aprendido pelos banhistas, principalmente através da imprensa.

Vale lembrar que para o bronzeamento ser conquistado era preciso fazer da exposição solar um hábito. Dessa forma, a cor morena adquirida propositalmente passou a ser incorporada ao

cotidiano da elite, gerando o sentimento de prazer de se estar à beira-mar, condição que entrou nas exigências do ser uma civilização.

Barickman (2009) escreve que, entre as décadas de 1920 e 1940, nem sempre era nítida a distinção entre a cor de um bronzeado no corpo de um banhista branco e a cor associada à mestiçagem; pelo contrário, as duas cores eram semelhantes. Obviamente, os cariocas que se identificavam como brancos e passaram a se bronzear à beira-mar seguiam uma moda, originalmente, surgida nas praias europeias e estadunidenses. E, no Rio, um bronzeado podia assinalar, implicitamente, a classe social, já que exigia o luxo de passar horas sob o sol sem se dedicar a nenhuma atividade remunerada. O autor ainda ressalta que nas praias cariocas, assim como nas dos Estados Unidos, a iniciação do bronzeamento também foi de encontro aos padrões estéticos que valorizavam, em grande parte por motivos raciais, a brancura da pele:

Assim, para adotar a nova moda, os frequentadores de Copacabana e Ipanema tiveram de ajustar suas noções de cor e raça; e, nesse ajuste, tiveram, no mínimo, de aceitar que uma tez “marrom-escura” não era necessariamente incompatível com o *status* e a identidade como branco. Não é, porém, nada fácil analisar como fizeram esse ajuste. A dificuldade resulta, em parte, do fato de os frequentadores daquelas praias “aristocráticas” não poderem contar com uma ideologia racial que incluísse algo equivalente à “regra de uma gota só”. A miscigenação, ademais, não era de modo algum um tópico tabu no Brasil. As ideologias raciais brasileiras, muito ao contrário, continuavam a levá-la em conta de uma maneira ou outra (BARICKMAN, 2009, p. 189, grifo do autor).

A mistura de culturas diferentes estava cada vez mais intensa no contexto brasileiro, não havendo a possibilidade de não considerar a miscigenação como algo presente no cotidiano e na história de um país composto por várias raças. Em termos de padrão de beleza, a imagem do país com presença de mestiços foi divulgada aos estrangeiros como um aspecto exótico¹⁸ e uma característica marcante do ser brasileiro, um diferencial.

Avaliada positiva ou negativamente, em termos circunstanciais ou não, teorizada ou apenas percebida superficialmente, a miscigenação é um dos traços marcantes da população brasileira. Esse traço se impõe com força no cotidiano do povo e no imaginário nacional, marca as reflexões científicas e ideológicas e serve de apoio para enunciados

¹⁸ O termo “exótico” refere-se ao que vem de fora ou ao estrangeiro. Segundo Maria Claudia Bonadio (2014), a percepção do Brasil como exótico remonta aos tempos da colonização, quando escritos de viajantes, naturalistas e missionários elaboraram descrições, ainda que permeadas de fantasia, de algumas das peculiaridades físicas e naturais do continente, conferindo um caráter ambíguo ao exotismo associado ao Novo Mundo. Até o século XIX, o caráter exótico do Brasil era conferido pelo olhar do estrangeiro, porém, a partir de meados daquele século, esse imaginário se propagou no País de forma, majoritariamente, positiva.

políticos que reafirmam no exterior a imagem de um país onde o convívio interétnico é tolerante e até harmonioso (QUEIROZ, 1999, p. 89).

Mesmo com o início da aceitação dos negros e da parte mestiça da sociedade, tais grupos ainda continuaram à margem dos direitos, eram discriminados nas esferas do trabalho e lazer. Talvez o bronzamento tenha servido para que as pessoas aceitassem a miscigenação racial como um diferencial brasileiro, mas, ao mesmo tempo, serviu de distinção para quem era branco e só estava bronzeado, pois se expôs ao sol e teve tempo disponível para isso. Era uma cor provocada.

Calanca (2008) reforça que até os anos de 1930, na Europa, a ideia predominante tinha sido a de que uma pele branca era sinal senhoril e de conforto material, enquanto a pele escura indicava a origem inferior, proletária. O sol para fins terapêuticos passou a ser descoberto como o sol para o prazer, ir à praia, então, virou rotina. A autora completa:

Não se trata de uma simples inversão de tendência, mas, ao contrário, em torno dessa nova concepção da relação com o sol, com elementos naturais e com a cor da pele, verifica-se uma verdadeira revolução dos costumes. Certamente é um processo lento, sujeito a retrocessos, sobretudo em relação à conveniência de despir-se e mostrar o próprio corpo em público (CALANCA, 2008, p. 179).

A rotina de ir à praia não se concentrava mais somente na água, mas também na areia. Para Calanca (2008, p. 180), “o mar, não é mais o fim, mas o meio para se levar uma vida na praia, para usufruir a areia, o sol, para prolongar o estado de bem-estar”. Ou seja, tomar sol, praticar esportes e fazer ginástica ao ar livre passaram a fazer parte do cotidiano dos cariocas. No Rio, a preocupação em esculpir o corpo de acordo com os princípios da moda acabou tomando dimensões muito características. Feijão (2011, p. 166) comenta que “ao mesmo tempo metrópole e balneário, a cidade acabaria por configurar um estilo de vida próprio que, mesmo sem abandonar de todo os padrões europeus, fundaria comportamentos e modas tipicamente cariocas”.

De acordo com Boechat (1998), a vida à beira-mar, logo, se impôs à vida na cidade, forjando seu jeito de ser. Na areia, os estilos se sucediam em uma cadência que parecia acompanhar o vaivém das ondas. A origem das inovações – raça, crença ou status – era irrelevante. Em uma comunidade de acentuada discriminação social e cultural, pela primeira vez, a diversidade encontrou terreno fértil para exhibir seus benefícios.

Em consequência dessa política em que os trabalhadores tinham mais acesso à diversão e ao lazer, inclusive a possibilidade de viajar em razão de férias remuneradas, a praia era o principal

destino das pessoas, o que a tornou ainda mais frequentada e considerada um dos símbolos do Brasil, por suas belezas naturais.

Também ajudou a reforçar a praia como ícone brasileiro, uma das discussões na Constituição de 1934. Assim, um deputado chegou a propor que a nova carta implementasse constitucionalmente “a morena” como “o tipo da mulher brasileira”, cor que podia também ser adquirida através do bronzamento, afinal, não eram apenas as morenas de sol. Barickman (2009, p. 213, grifo do autor) conta que:

Quatro anos depois, a questão giraria em torno do “homem brasileiro” e, mais especificamente, sobre uma estátua do “homem brasileiro” na nova sede do Ministério de Educação e Saúde no Rio. A estátua deveria representá-lo, não como era na época e, sim, como seria no futuro, quando a miscigenação tivesse transformado por completo a população do país. Depois de consultar vários intelectuais sobre a questão, Gustavo Capanema, o então Ministro de Educação e Saúde, concluiu que a estátua deveria mostrar esse “homem brasileiro” do futuro como “uma figura sólida, forte”, “com um semblante denunciando a inteligência”. A estátua deveria ainda retratá-lo como “um tipo moreno”, um moreno muito mais para branco do que para mulato ou caboclo – como ficou claro a partir das consultas que Capanema fez – mas mesmo assim um “tipo moreno”. Dentro do novo paradigma, a prática de bronzear-se e, assim, *amorenar-se* tinha potencialmente significados que não teria nem na Europa nem nos Estados Unidos na época. Permitiria, por exemplo, aos frequentadores de Copacabana e Ipanema participar de um projeto ideológico que cada vez mais definia o Brasil como uma nação morena, forjada física e culturalmente pela mestiçagem.

Ávila (2006) esclarece que a estátua do “Homem Brasileiro” serviria para completar a alegoria, mostrando que a educação pública tornaria os brasileiros brancos e fortes, dignos de seu brilhante futuro. A figura do “Homem Brasileiro” que o escultor Celso Antônio extraiu da pedra representava tudo o que Capanema esperava que o Brasil deixasse para trás. A figura era um caboclo, um homem das matas, de etnia mestiça. O escultor justificou sua obra afirmando que, ao olhar para o Brasil, era aquilo que ele via. Essa figura era o retrato do homem médio brasileiro. Aparentemente, ele desconsiderara o significado alegórico desse monumento para o Brasil do futuro, um futuro branco e forte.

A estátua ficou apenas na ideia e não foi executada. A hipótese da pesquisadora Marina Cerchiaro (2016) é que a complexidade dos debates sobre o que seria o homem brasileiro e a multiplicidade de pontos de vista sobre a masculinidade, etnia e nacionalidade tornaram impossível conceber uma única figuração, o que teria resultado na falência da construção do símbolo. Conta-se que a maquete de Celso Antônio, de barro, com três metros de altura, teria desabado, sem deixar

vestígios. Sobrou-nos apenas a fotografia, uma tênue imagem. Na época, idealizar valores raciais e étnicos não era um passatempo.

No que se refere à imprensa, ela teve um papel importante na construção do imaginário causado pelas praias cariocas, a partir da incorporação das mesmas à vida social e cultural da cidade. Os exemplos utilizados no próximo capítulo foram retirados da revista ilustrada *O Cruzeiro* e demonstram as transformações ocorridas nas praias. Os banhistas tinham que ficar atentos aos novos hábitos naquele espaço discutido nas páginas do impresso. A análise do conteúdo de praia no periódico possibilita perceber como foram divulgadas as novas formas de se comportar e interagir dos banhistas, instaurando, assim, um estilo particular – o estilo praiano carioca.

CAPÍTULO 2 – REVISTA ILUSTRADA *O CRUZEIRO*

Criada por Assis Chateaubriand, em 1928, a revista ilustrada *O Cruzeiro* circulou, semanalmente, no Rio de Janeiro, até 1985. O impresso trazia diversas inovações e foi feito para ser o principal periódico brasileiro. Tinha uma linha editorial considerada moderna desde o seu surgimento, como conta Leoní Serpa (2003, p. 12):

[...] a modernidade nacional, surgiu para atingir todo o território brasileiro e dar uma ideia de Brasil – único e atual, numa correspondência de intenções entre o seu fundador e proprietário, Assis Chateaubriand, e o presidente Getúlio Vargas, que, com propósitos políticos definidos, concedeu empréstimo para a criação do magazine. Interessava, então, politicamente, a Getúlio mostrar que o Brasil estava se modernizando.

Helouise Costa (2011) explica, em *As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro – 1940/1960*, que o periódico mostra-se como a mais moderna revista brasileira por ter nascido em um momento em que a sociedade já havia se modernizado o suficiente para dispor das novas tecnologias de comunicação. Assim, a verdadeira função da revista ilustrada foi a de um veículo novo, com características próprias, diferente de outros impressos, no qual a imagem tinha um papel preponderante. O periódico exerceu o papel de atrair e expor algo de maneira mais clara. Segundo a autora:

A revista *O Cruzeiro*, no editorial do primeiro número, trouxe a público a promessa de colocar-se como a mais completa e mais moderna publicação do gênero produzida no Brasil. Esta se tornaria de fato uma meta perseguida ao longo das três décadas seguintes. Lançada no final de 1928, às vésperas da Revolução de 1930, *O Cruzeiro* teve sua história vinculada ao processo de modernização da sociedade brasileira na primeira metade do século XX, além de ter sido fortemente marcada pelas contradições inerentes à implantação do sistema de comunicação de massa no Brasil (COSTA, 2011, p. 7).

Assim que a revista foi lançada, esgotou-se em poucas horas. Geralmente, a publicação era composta por um material fotográfico do Brasil e do exterior, com os fatos ocorridos durante a semana, dicas de moda enviadas diretamente de Paris, comentários políticos e notícias sobre cinema e teatro. Nas primeiras edições, os leitores podiam saber também o tempo que gastariam para ler uma reportagem. Outra novidade eram as edições especiais, em determinadas épocas do ano, com números de páginas a mais – um sucesso de vendas. Alciolly Netto (1998, p. 136) descreve que “essas edições especiais incluíam colaborações de grandes mestres da literatura, bem como reproduções de obras de arte, em geral abordando temas alusivos à data”. Em 1943, quando

o fotojornalismo ganhou espaço, é possível perceber que *O Cruzeiro* teve estreita relação com alguns modelos de revistas ilustradas estrangeiras, como *Vu* (França, 1928), *Life* (Estados Unidos, 1883) e *Paris Match* (França, 1949). O impresso brasileiro apropriou-se de temas de sessões, cópias de conteúdo, imagens e fotos desses e de outros periódicos. O que ele seguiu dos modelos dessas revistas era, principalmente, a predominância de imagens. A influência estadunidense foi muito presente nas páginas de *O Cruzeiro*, sendo que, inclusive, em algumas matérias, defendia-se a americanização dos costumes cariocas.

A partir de 1943, a revista também estabeleceu uma nova linguagem para a imprensa brasileira: trouxe inovações gráficas, publicações de reportagens e o uso do fotojornalismo. A dupla formada por David Nasser e Jean Manzon produziu reportagens especiais de grande repercussão: “as reportagens da dupla logo passaram a ocupar as primeiras páginas da revista, com as sensacionais fotos de Manzon e o texto atraente de David Nasser, que parecia sempre seguir o rumo desejado pelos leitores” (NETTO, 1998, p. 109). Eles procuravam atrair o público com novidades e uma abordagem diferenciada das matérias com relação aos demais veículos.

Segundo Helouise Costa (2011), desde o surgimento, *O Cruzeiro* apresentou um grande número de fotografias provenientes de fontes diversas. Sem contar as imagens produzidas por Edgard Medina, único fotógrafo contratado da revista, as demais eram quase sempre de colaboradores, como aquelas produzidas por retratistas de estúdio ou pelos pictorialistas cariocas pertencentes ao Photo Club Brasileiro. Outro tipo de colaboração importante vinha de fotógrafos amadores, que, em geral, enviavam imagens de situações cotidianas. Os amadores também podiam ter fotos veiculadas na revista por meio dos concursos de fotografia já anunciados na edição inaugural. Também é possível encontrar algumas fotos sem crédito, principalmente nas imagens estrangeiras.

A partir de 1940, a fotografia passou a oferecer muitas informações sobre os assuntos tratados. A iluminação se tornou mais elaborada, o que aumentou a qualidade da foto. Algumas imagens eram posadas, muito embora algumas tentassem passar por registros espontâneos. Há um rigor formal nas fotos e é possível perceber mais closes, até porque os recursos das câmeras melhoraram. Outros fotógrafos também entraram na revista nesse período e ajudaram a desenhar a nova fase do impresso, como Marcel Gauthero, Roberto Maia e Salomão Scliar.

A implantação do modelo da fotorreportagem em *O Cruzeiro* deu início a uma fase extremamente próspera, dinâmica e criativa, durante a qual a revista alcançou seu período de maior

prestígio e relevância social. “As fotorreportagens de O Cruzeiro seriam, de fato, uma importante vitrine para a consolidação de um ideário de modernização e progresso, muito embora houvesse divergências significativas entre a posição de Assis Chateaubriand e as diretivas de Getúlio Vargas” (COSTA, 2011, p. 25).

A fotografia trouxe um novo foco na leitura. Anteriormente, mesmo sendo uma revista ilustrada, o texto verbal prevalecia e os elementos visuais serviam de complemento para a informação. Aliás, para os analfabetos, era uma forma de compreender do que se tratava a matéria através da foto. Marlise Meyrer (2012, p. 198) complementa dizendo que a fotorreportagem:

[...] impõe-se como um novo modelo de jornalismo em consonância com um tempo em que a sociedade urbana se estabelecia como modo de vida hegemônico. As imagens, nesta nova realidade marcada pela aceleração do tempo, contribuíam para encurtar o caminho entre a leitura e a apreensão de informações.

A fotorreportagem também ajudou a criar documentos que retratavam o cenário da época.

Forma-se, assim, uma nova escola de fotojornalismo dentro de O Cruzeiro, que passa a se opor ao uso da fotorreportagem como espetáculo, trabalhando em prol de uma linguagem mais comprometida com um olhar objetivo e documental, que incorpora cada vez mais temáticas da cultura e do povo brasileiro (COSTA, 2011, p. 33).

A parte visual da revista chamou a atenção, servindo para complementar a informação, e trouxe outra forma de leitura. Carmen Soares (2011, p. 86) explica que “num certo sentido, a imagem, seja uma fotografia, uma gravura, uma pintura, tem uma longa história na tradução dos desejos e naquilo que se vislumbra ensinar; ela diz mais e pode ser lida por todos”. O uso de fotografias foi uma forma de atingir um público maior, que pôde ter acesso ao conteúdo discutido. Isso também ajudou a despertar a vontade de consumir o periódico, pois a parte visual é o primeiro contato que se tem com um objeto.

Segundo Luiz Carvalho (1999), a revista oferecia uma vasta variedade de temas: cobertura da Segunda Guerra Mundial, acontecimentos sociais, cinema estadunidense e competições esportivas. O autor ainda completa que prevaleciam, no texto, longas introduções antecedendo a informação principal, recurso conhecido como “nariz-de-cera”. Além disso, o *design* das páginas não obedecia a um padrão de diagramação.

Era interessante para o governo criar uma imagem nas páginas do impresso de que o país estava se modernizando, além de afirmar a política nacionalista. Eliane Serpa (2003, p. 17) diz que

“com as condições criadas pelos projetos políticos do governo, O Cruzeiro abriu espaço para a propagação não apenas dos seus feitos, mas das convicções de também transformar o país em moderno”.

Fernando Morais (1994) conta que Getúlio Vargas, após uma conversa com Chateaubriand, disse que o dinheiro necessário para a circulação da revista seria conseguido por ele através do banqueiro Antônio Mostardeiro, então presidente do Banco do Brasil e dono do Banco da Província. Vargas expôs a ele o projeto de Chateaubriand e, praticamente, obrigou-lhe a conceder o empréstimo de 125 contos. Para conseguir o valor, usou do argumento que a revista seria positiva para os planos políticos futuros.

A revista ilustrada, por anos, ficou à frente nas vendas de várias outras publicações no Brasil. Algumas pessoas colecionavam os exemplares e, quando não conseguiam comprar alguma edição, podiam adquirir os números atrasados na própria sede do periódico, na Rua Buenos Aires, no centro do Rio. “E o sucesso não se limitava à Capital, mas se registrava em todos os Estados – onde chegava numa distribuição perfeita, que alcançava os mais distantes pontos do país” (NETTO, 1998, p. 38).

O Cruzeiro era a revista de maior circulação do país. Cristina Meneguello (1996, p. 15) fala que “deve-se considerar também que, segundo pesquisas do Ibope, cada exemplar era lido por pelo menos cinco pessoas, sendo que pesquisas chegaram a indicar entre seus consumidores até parte da população analfabeta”. A revista se posicionava como moderna em grande parte de suas circulações. Tinha uma qualidade gráfica diferenciada para época, jamais vista no Brasil, mesmo porque, inicialmente, era impressa na Argentina, na cidade de Buenos Aires, onde havia uma tecnologia mais avançada.

O Cruzeiro ajudou a criar um retrato do Rio de Janeiro e também do país. Veiculou diferentes imagens das paisagens com o objetivo de construir uma imagem do Brasil com suas belezas exóticas. Para Meyrer (2012, p. 2), “no que diz respeito à cultura, podemos dizer que Assis Chateaubriand defendia a criação de uma ‘cultura nacional’ com base no exotismo das paisagens e do povo mestiço”. Em 1943, com a presença de fotógrafos estrangeiros na revista, as imagens que retratavam pontos do Brasil começaram a aparecer com mais intensidade, divulgando a imagem da nação que, aos poucos, ficou conhecida. Era uma forma de resgatar as raízes culturais e, assim, criar uma identidade em que os brasileiros se reconhecessem nela.

Ainda nesse sentido, Nadja Peregrino (1991, p. 7) aborda que:

É preciso lembrar que a fotografia na revista *O Cruzeiro* produziu um interessante contraste com a nossa tradição cultural ao publicar diversas matérias que espelhavam um modelo de nação alavancado pelo progresso, onde capital e cultura se juntam explicitamente para erigir a imagem de um Brasil Moderno. Associando-se a esse ideário, a própria fotografia aparece como signo dessa modernidade, mostrando o Rio de Janeiro, então capital do país.

Ao folhear a revista *O Cruzeiro*, percebe-se que a praia é um dos principais assuntos do impresso, principalmente nas edições que circularam durante o verão. Netto (1998) explica que, a partir de 1928, as praias estavam sempre repletas de belas moças, exibindo novos tipos de maiô, algumas inclusive já usavam o chamado “duas peças”, o que, constantemente, causava escândalo aos olhos dos conservadores. No entanto, os homens gostavam da exibição e isso ajudava a vender o periódico ainda mais. Era, diz Netto (1998), um dos motivos para estar no jornal como tema recorrente. Outra possível justificativa para a praia ganhar frequentemente espaço nas páginas é que a revista foi criada com a razão de valorizar tudo o que, para seu criador Assis Chateaubriand, era sinônimo da cultura brasileira. A praia se tornou um dos símbolos do país e o hábito de frequentá-la fazia parte do estilo de vida brasileiro: “a revista, mesmo sendo recebida como ‘a cara do Brasil’, retratou mais o Rio de Janeiro, o modelo cultural dominante” (PENNA, 2010, p. 53). Afinal, a cidade carioca era considerada o lugar que melhor representava todo o território nacional, como se gerasse nos brasileiros um sentimento de autoidentificação e pertencimento.

Serão utilizados exemplos textuais para mostrar como a praia aparecia nas colunas e matérias da revista, inclusive no ano de sua criação. Em um dos textos publicados, um jornalista, cujo nome não é informado, ressalta as belezas naturais encontradas na capital e faz uma associação com a idealização do corpo grego, mais especificamente do ateniense:

Ha vinte annos, desde o Leme a Ipanema, estendia-se um areal despovoado. Ir a Copacabana era uma viagem extra-muros, um passeio sylvestre. Hoje, o bairro de Copacabana possui uma população de mais de 100.000 habitantes, e só espera a construção de grandes balnearios para que suas praias attráiam as populações dos outros bairros, que ali virão fazer a sua cura de saude e de alegria. Incomparaveis condensadoras e restauradoras de energia, as nossas praias constituem os tonicospvidenciaes da população. Ellas são recreio e remedio: gymnasio e sanatorio. Ellas estão elevando progressivamente o nivel da energia physica e mental do carioca. Ellas são hoje no Rio o que era o estadio em Athenas (O CRUZEIRO, 15 de dezembro 1928, p. 2)¹⁹.

¹⁹ Optamos por manter a escrita original da revista nas citações.

A comparação com o corpo do ateniense vem da ideia de que, na Grécia, o corpo exposto era objeto a ser admirado e, por isso, a necessidade de ser cuidado. “Para o antigo habitante de Atenas, o ato de exibir-se confirmava a sua dignidade de cidadão” (SENNETT, 2003, p. 30). O corpo nu era considerado uma conquista da civilização, uma dádiva da natureza. No ginásio, os meninos podiam se exercitar e modelar o corpo, principalmente na adolescência, fase de desenvolvimento da musculatura. Richard Sennett (2003, p. 42) completa:

O ginásio ateniense ensinava que o corpo era parte de uma coletividade maior, a polis, e que pertencia à cidade. Um rapaz forte, obviamente, tornava-se um bom guerreiro; uma voz educada garantia sua participação nos negócios públicos. Além disso, a escola treinava os rapazes como seres sexualmente nus.

Os gregos consideravam que a nudez expressava o interior do corpo humano, sendo valorizada pela sociedade. O desnudamento reforçava o papel de cidadão. Segundo Sennet (2003, p. 31), “a nudez simbolizava um povo inteiramente à vontade na sua cidade, expostos e felizes, ao contrário dos bárbaros, que vagavam sem objetivo e sem a proteção da pedra”. Essa idealização corporal pode ser trazida para o contexto das praias cariocas, na qual as pessoas, ao começarem a frequentar tais espaços, passaram a ter mais cuidado com o físico. Afinal, ele seria exposto com o uso de um traje de banho. O físico poderia ser mantido, principalmente, com o esporte nas praias. Havia um estímulo por parte da revista *O Cruzeiro* para que se praticassem esportes, acima de tudo, as elites, o que exigia trajes específicos para o melhor desenvolvimento. A educação do corpo e dos comportamentos na praia associada ao esporte era sinônimo de civilização.

O esporte, assim, emprestava à cidade mais um elemento para que ela se constituísse como moderna, que se identificasse com esses novos signos. Praticar algum esporte, ou mesmo, simplesmente, acompanhar eventos esportivos vários atestava essa identificação com o que era moderno, elegante, novo e urbano (SOARES, 2011, p. 37).

Para Soares (2011), a prática esportiva fez surgir a necessidade de se ter gestos e roupas especiais para fazer o exercício, afinal, tinha relação com a eficiência técnica, de moda, de pertencimento de classe e, talvez, da fabricação de uma nova aparência. Esse conjunto criou e alimentou uma nova estética corporal que, aos poucos, dominou o ambiente praiano.

Na revista, é possível encontrar textos e imagens que tratam sobre a cultura de praia em vários espaços, como a coluna *Dona*, que circulou de 1928 a 1932, assinada por Madame Thérèse Clemenceau, correspondente de Paris. A coluna era especializada em moda e trazia lançamentos

dos melhores costureiros de Paris e Nova York. Além disso, tratava do comportamento feminino e respondia às cartas das leitoras. *As Garotas do Alceu*, que surgiu em 1938, assinada por Alceu Penna, é composta de ilustrações e legendas de cenas do cotidiano com um imaginário feminino moderno. Outra coluna com dicas de comportamento na praia é *Elegancia e beleza*, escrita por Elza Marzullo, que começou a circular na revista em 1940 e funcionou como um manual de beleza feminina. Nos textos, a autora incentiva as mulheres a cuidar da estética e fala de dicas de como se comportar. Era uma maneira de educar os corpos para o convívio social. Por meio dessas atividades propagadas e consideradas femininas, pode-se perceber o funcionamento de um universo feminino independente no quesito habilidades e competências que se tornou visível dentro da própria rotina. Dentro desses espaços, há também a seção de cartas, intitulada *Correspondência*, e era Elza Marzullo quem respondia as dúvidas dos leitores. A coluna ficou no periódico até a década de 1960. Outra coluna que também fala de comportamento, porém mais focada na questão da saúde, é *Graça, saúde e beleza*, escrita por Sylvia Accioly, e apareceu na revista pela primeira vez em 1932. Em muitos textos é possível encontrar orientações de como praticar exercícios físicos na praia. Além disso, o conteúdo no espaço praiano também está presente, em algumas edições, em matérias esparsas e no editorial da revista.

Nos próximos itens, a pesquisa analisará os códigos de elegância, beleza e saúde na praia, difundidos pela revista no período de 1928 a 1943, principalmente através dos textos veiculados nas seções acima elencadas.

2.1. Códigos de elegância em colunas femininas

As revistas ilustradas em circulação no início do século XX funcionaram como uma espécie de guia sobre como se comportar na praia – uma espécie de manual de etiqueta –, uma vez que o hábito era novidade e o leitor precisava ser informado sobre as normas de civilidade naquele espaço. De acordo com O’Donnell (2013), as revistas ofereciam ao leitor uma verdadeira cartilha, a partir do cotidiano, do novo ideal de cidade. Esses guias que vinham nas revistas eram bem parecidos com os manuais de etiqueta que começaram a circular no Brasil, a partir do século XIX.

Os manuais de etiqueta, segundo Rainho (2002, p. 97), tinham por objetivo “[...] preparar as pessoas para a vida em sociedade por meio de uma série de regras em que eram expostos comportamentos e maneiras tidos como corretos”. Os textos apresentavam dicas de comportamento

com a finalidade de abandonar os velhos hábitos, absorver as novidades e agir com refinamento. Aplicando a definição da autora, os manuais tinham duas metas: reforçar as práticas de leitura e ensinar as regras de civilidade. A intenção da “alta sociedade” carioca era se distinguir das outras classes, copiando a sutileza dos modos europeus. Esses manuais disseminaram tais ideias com certas adaptações para o cenário brasileiro. A legislação de como se comportar na praia, a partir da década de 1920, caiu em desuso. Afinal, a quantidade de pessoas que frequentavam o ambiente era grande e, com isso, inviável o controle dos banhistas. No entanto, as colunas ocuparam esse papel, dando dicas do que deveria ou não ser feito e sugerindo comportamentos – muitas vezes importados da Europa – disfarçados de instruções, na forma de um bate-papo do autor com o leitor.

Para exemplificar, Schwarcz (1997) fala do *Código do bom-tom ou Regras da civilidade e de bem viver no século XIX*, publicado em Portugal, pela primeira vez, em 1845. O manual foi escrito pelo cônego, J. I Roquette, e explica como agir nas mais diferentes situações de convívio social. Ou seja, o código servia para controlar as emoções. A obra foi escrita em português e ganhou leitores fiéis, também, em meio à nobreza recém-criada no Brasil imperial, com quem o autor mantinha contatos frequentes.

Para J.I Roquette (1997 *apud* ELIAS, 1994), na Corte, a etiqueta não era um detalhe, e sim um instrumento fundamental²⁰. Nas sociedades do século XIX, que eram rigidamente estruturadas, as marcas exteriores convertiam-se em símbolos de *status*, desenvolvendo-se um determinado ritual para que se seguisse e, assim, fosse aceito naquele espaço. Além de uma regulamentação de influências e posições, os códigos de bom-tom visaram o controle e a contenção dos sentimentos e da manifestação de sensações. A linguagem dos manuais era bem acessível quando se tratava de civilidade. Como explica Schwarcz (1997, p. 16), “ensinar o ritual (de forma didática), para que ele se interiorize e pareça cada vez mais ‘natural’, explicar como agir nas mais diferentes situações

²⁰ Outro documento que também buscou ensinar a sociedade por meio de regras, citado por Norbert Elias (1994), foi o tratado de Erasmo de Rotterdam, *De civilitatemorum puerilium* (Da civilidade em crianças), divulgado em 1530 e que abordava o comportamento das pessoas em sociedade e o seu gestual. “O tratado fala de atitudes que perdemos, que alguns de nós chamaríamos talvez de ‘barbaras’ ou ‘incivilizadas’. Fala de muitas coisas que desde então se tornaram impúblicáveis e de muitas outras que hoje são aceitas como naturais” (ELIAS, 1994, p. 69). De certa forma, o tratado ajudou a disseminar a ideia de civilização e trouxe à tona a necessidade de algumas mudanças para a concretização de processos sociais. A obra abordou especificamente o comportamento das pessoas em sociedade, a questão corporal externa. “A postura, os gestos, o vestuário, as expressões faciais – este comportamento ‘externo’ de que cuida o tratado e a manifestação do homem interior, inteiro” (ELIAS, 1994, p. 69).

de convívio social”. Os guias ajudavam na criação da civilização e traziam modelos de etiquetas para sociedades que estavam carentes desse tipo de informação. Tentava-se através dos ensinamentos conter as manifestações imediatas, evitar o gesto natural. Era a restrição dos costumes que, de tanto as regras serem lidas e colocadas em práticas, acabava se tornando automática. O que era gesto natural não ficava mais em evidência.

Campos (2010) afirma que, no Brasil, foi justamente a corte imperial que introduziu a civilidade de uma maneira mais significativa. Por esse motivo, podemos perceber que, durante o século XIX, os Manuais de Civilidade eram voltados para um público mais restrito, uma elite letrada que buscava europeizar-se. Logo, provavelmente os usos da civilidade também eram restritos. No decorrer do século XX, porém, esses manuais, juntamente com seus preceitos, tornaram-se populares, provavelmente porque eles abordavam bom-tom, costumes, educação religiosa, boas maneiras e etiqueta.

Através da descrição de Elias (1994), juntamente com a pesquisa feita por Rainho (2002), podemos comparar essas acepções aos guias e ensinamentos que há nas colunas da revista *O Cruzeiro*, que buscavam ensinar os leitores como agir de maneira civilizada na praia – espaço, aos poucos, explorado. A palavra civilização também foi trabalhada pela imprensa. Certos hábitos eram considerados pelas colunas como “ser civilizado” no ambiente praiano. Na matéria *Praias... Praias...*, o autor relata que a praia da Urca era encantadora com o seu balneário: “Parece que é a mais civilizada das nossas praias. Toma-se banho ouvindo música; dança-se na areia e bebe-se cock-tails dentro de água” (O CRUZEIRO, 15 de dezembro 1928, p. 52).

Em outro exemplo, o jornalista relaciona o conceito de civilização com o significado de progresso, de avançar em relação a alguma coisa, colocando-se nos padrões da sociedade europeia. No caso da praia, não se tratava mais de manter a função anterior de fins medicinais, mas possibilitar um mínimo de estrutura para usufruir do local, com opções de lazer. Vejamos:

Naquelle colorido scenario de oleographia tropical, todo sarapintado de “bumgalows” e “villinos” stylo mestre-de-obras, começam a surgir os primeiros symptomas de civilização: a nudez e o escandalo. Além disto, outras coisas que tambem denotam progresso: canoas de sport, deslizadores, “water-shuts”, fluctuadores, boias, etc, etc. E não para ahi o quadro do adiantamento material e moral de Copacabana: já existem na praia logares razoaveis onde se pôde tomar um refresco ou um “cock-tail”, comer um “sandwich”, fazer um “flirt”, comentar um “potin”. Tudo isso, não tenham dúvida, significa progresso. É a civilização que vem perto! (O CRUZEIRO, 25 de outubro 1930, p. 39).

As regras eram consideradas indispensáveis para quem quisesse participar da convivência no ambiente praiano. No texto *Nossas praias*, publicado no semanário, o jornalista fala do poder que os hábitos praianos teriam na vida das pessoas, não só na aparência, mas também nos princípios éticos: “A vida na praia está exercendo sobre ella uma influência que se faz sentir nas suas idéas e nos seus sentimentos, na sua compleição physica e até na sua moral” (CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 2). No texto, o “ella” a que se refere o autor é a carioca. Aqui, vemos que ele comenta sobre a influência que o ambiente da praia exerceria em seu comportamento.

Dentro da revista, outro material que explora as regras de civilidade é a coluna *Garotas*, de Alceu Penna, que foi publicada até 1964. As personagens são jovens, belas e mostram sua rotina no Rio de Janeiro. Em sua dissertação, Campos (2010) conta que as garotas ilustradas falam sobre as idas aos cinemas, praias, estudos, namoricos. São leves, doces. Porém, têm que um toque de “modernidade”, ousadia e humor. A coluna *Garotas* apresenta-se como parte integrante de uma revista de variedades. Revista que, por sua grande circulação nacional, é considerada um meio impresso largamente difundido, funcionando como suporte material de textos e imagens e, assim, propagando normas e preceitos que caracterizam a civilidade.

[A] coluna *Garotas*, funcionou, no Brasil em meados do século XX, como um desses veículos de propagação de normas e preceitos caracterizadores de regras de civilidade em um suporte material não mais denominado “manual de civilidade”. As normas de civilidade expressavam-se através das ilustrações de *pin ups*, de textos sobre a vida cotidiana de suas personagens e títulos organizados seguindo os “modernos” preceitos do que viria a se denominar mais tarde de *design* gráfico (CAMPOS, 2010, p. 19).

Os textos da revista *O Cruzeiro*, principalmente os da seção *Garotas*, pautados pelos valores do progresso e da civilização, disseminaram novos hábitos de conduta e de vida na educação de meninas e mulheres. A etiqueta é referenciada como a “chave do sucesso”, colocada como a melhor estratégia na coluna, que, para acompanhar os assuntos trazidos por *O Cruzeiro*, passou a explorar a figura feminina também no banho de sol e mar nas praias cariocas.

Nos meses de verão, muitas vezes, *Garotas* é ambientada na praia, espaço que ganhou novos significados por causa do banho de mar que se transformou em prática social, e se tornou símbolo do homem civilizado, já na primeira década do século XX. O ir à praia, o banho de mar, o bronzear-se era considerado saudável e moderno, e, portanto, assunto recorrente na coluna, que passou a publicar normativas de como frequentar a praia. As garotas aparecem com poucos e pequenos trajes e são tratadas como uma das maiores belezas encontradas no ambiente praiano.

Parte dos textos da revista que ofereciam instruções de como agir na praia estava inserida nas colunas de comportamento. Tais espaços sempre traziam os novos hábitos que os banhistas deveriam ter para se sentirem parte daquele lugar. A praia ganhou novos significados e, conseqüentemente, tornou-se um ponto importante para o Rio de Janeiro: “[...] com a vida cada vez mais intensa das suas praias está concorrendo para aperfeiçoar a saúde physica e moral dos seus habitantes. As praias estão sendo verdadeiras escolas de eugenia, onde se aprende a alegria de viver” (O CRUZEIRO, 15 de dezembro 1928, p. 2)²¹.

Na mesma matéria citada, *Nossas Praias*, a cidade é apresentada como centro irradiador de tendências, onde a sociedade se comportava civilizadamente e deveria ser seguida pelos brasileiros. Vejamos: “O Rio de Janeiro é a maior das cidades tropicaes de todo o mundo, exemplar quase unico de uma grande metropole que atingiu no tropico o desenvolvimento cultural e esthetico de uma urbe magnifica, digna de ser considerada uma das joias da Terra” (O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 2).

Uma das praias mais citadas é a de Copacabana, considerada a mais civilizada e imponente. Na matéria *Concurso de Pyjamas*, é dito que “a praia civilizada de Copacabana assistiu, domingo ultimo, ao primeiro concurso de pyjamas que se realiza no Brasil” (O CRUZEIRO, 14 de novembro de 1931, p. 04). Interessante notar que na mesma praia havia uma divisão de espaço por postos, e o lugar onde o banhista ficava dizia muito sobre a sua posição social. Pode-se perceber tal situação no trecho a seguir:

Cada temporada de verão em Copacabana, ha em geral um posto de banho, escolhido preferencialmente pelos frequentadores da praia, e por isso denominado de “elegante”. O posto quatro, durante muitos anos foi eleito pela alta sociedade, e, como é natural, por todos aquelles que desejam frequentar os locais onde se encontram os tresentos de Gedeão. Pela mansidão de suas aguas, o posto seis, na curva do Forte, substituiu depois o posto quatro. A criação de clubs esportivos, contribuiu em muito, para o fastigio desse sector

²¹ O termo eugenia utilizado no texto foi criado em 1883, por Francis Galton, que o definiu como o estudo dos agentes sob o controle social que podem melhorar ou empobrecer as qualidades raciais das futuras gerações, seja física ou mentalmente. Ou seja, de acordo com a matéria, se distinguia das outras camadas da sociedade quem frequentava a praia, local em que era possível aprender a ser mais civilizado. Bert Barickman (2009) também trabalha o termo eugenia e ressalta que as décadas de 1920 e 30, em que se consolidou a moda do bronzamento, coincidiram com o auge da influência da eugenia nos meios intelectuais brasileiros. O autor fala que talvez o mais importante expoente brasileiro das ideias eugenistas foi Renato Kehl, que endossou entusiasticamente os banhos de sol. Kehl era médico e atuou no início de sua carreira no Departamento Nacional de Saúde Pública (DNSP), realizando atividades voltadas para o saneamento rural e a educação higiênica e sanitária. Seu nome ficou mais conhecido pela incansável dedicação à eugenia, a quem chamava de "a religião da humanidade".

da “praia mais bella”, onde a novidade das grandes barracas e dos jogos infantis, creava um novo ambiente para o banho de mar (O CRUZEIRO, 21 de janeiro de 1933, p. 15).

O mesmo assunto também é comentado na coluna *Dona*, na qual a autora Greda Rouge conta que a praia de Copacabana é a mais “chic” e mais frequentada pela “fina flor” carioca. Ou seja, infere-se que o espaço recebia, majoritariamente, a elite carioca.

Mas... no dia seguinte, lá estão os banhistas alegres e folgazões, nos seus brincos de praias, deliciando-se com a brisa do mar e o sol escaldante das praias. Homens, senhoras e crianças, passam ali, horas esquecidas pela manhã e pela tarde. As partes que abrangem o “Praia Club” (posto 6) e a do Copacabana Palace (posto 4) são as mais movimentadas, são as mais selecionadas (O CRUZEIRO, 28 de junho de 1933, p. 35).

No entanto, mesmo a praia tendo divisões por classes, havia também um sentimento de que aquele espaço era democrático e poderia receber a todos. O autor Alvaro Moreira fala no texto *Rio, minha praia linda...* que “na praia é como a bordo. Ninguém se conhece, todos se dão. Ninguém sabe com quem está falando, mas continua falando” (INSERIR DADOS DA FONTE). Mas esse “todos” era bem-vindo desde que soubesse de comportar. E as colunas da revista ajudavam nessa instrução.

As orientações mencionam o tipo de alimentação que se deveria consumir na praia, o tempo de exposição ao sol, o tamanho do traje de banho, além de ditar os tipos de comportamentos considerados civilizados. Como vimos no capítulo anterior, na seção que descreve os processos de branqueamento e bronzeamento das peles através do hábito de ir à praia, com o corpo exposto, a pele passou a ser protagonista, ganhou cor. Inclusive nas décadas de 1930 e 1940, o bronzeamento era uma exigência de elegância e de beleza, e o banho de sol, um elemento no jogo de aparências. Para incentivar os leitores a praticar a exposição do corpo ao sol, a autora Janet Stamm, na crônica “A beleza ao sol”, utiliza o argumento de que, caso a pessoa seguisse as dicas, se aproximaria da estética das atrizes de Hollywood, na época, um ideal estético, o qual muitas mulheres buscavam como exemplo. Abaixo, uma transcrição dessas dicas:

1 – Deve-se ficar exposto ao sol e depois ir para a sombra. 2 – Deve-se tomar os banhos de sol – por todo o corpo se possível – de manhã ou à tarde, mas nunca nas horas de maior calor. 3 – Deve-se deixar cair as alças para evitar as marcas brancas, mas não praticar o nudismo na praia. 4 – Não se deve querer combinar banhos de sol com sports. Tomem o exemplo de esportistas experientes e vistam-se de accôrdo. 5 – Deve-se usar um protector da pelle porque se está precipitando um processo natural e é preciso proteger-se durante elle. Ha cremes e loções em abudancia sob todas as formas: em frascos, tubos e perfumados (O CRUZEIRO, 2 de novembro de 1940, p. 55).

Na mesma matéria, algumas imagens são utilizadas para ilustrar o texto. Uma delas, reproduzida a seguir, mostra duas mulheres na praia, expostas ao sol, sem nenhum objeto como guarda-sol, chapéu ou óculos escuros para tentar amenizar a intensidade dos raios solares.

Figura 4 - Mulheres tomando banho de sol, com trajes mais leves e menores



Fonte: O CRUZEIRO, 2 de novembro de 1940, p. 55.

Para quem não conseguia o bronzeado ideal, na coluna *As Garotas do Alceu*, era possível encontrar dicas de produtos que aceleravam o bronzeamento:

No velho Oriente as garôtas daquele tempo banhavam-se com leite de burra para ficarem com a pele mais alva e mais sedosa. As garôtas de hoje são mais inteligentes. Nada de leite que é preciso fila. Com um pouco de óleo e uma porção de sol elas ganham essa côr de ouro e íodo que lhes dá maior encanto e sedução (O CRUZEIRO, 23 de novembro de 1946, p. 22).

No texto *Quero ser morena!*, assinado por Edmond Bouttier, especialista em “assuntos de beleza”, fala-se de algumas dicas para se bronzear, de acordo com o tipo de pele: gordurosa, ultrasensível ou para quem tem facilidade de desenvolver machas. Sobre a pele gordurosa: “Isto não quer dizer que as pessoas possuem pelle mais ou menos gordurosa possam dispensar-se dos cuidados próprios para o banho de sol: deverão empregar, no entretanto, produtos menos gordurosos” (O CRUZEIRO, 02 de outubro de 1937, p. 49).

No primeiro ano de circulação da revista, o bronzeamento já tinha sido citado em uma das histórias inseridas na seção de literatura, com o título *Salva pelo amor*, de Phyllis Duganne. A personagem Anna fala: “- Admiro-me! disse ella, olhando o rosto bronzeado, com adoração” (O CRUZEIRO, 08 de dezembro de 1928, p. 15). E na década de 1930, mais especificamente em 1933, a questão do bronze e dos cuidados com o sol já eram discutidas como dicas de beleza. Na matéria especial *A Belleza ao Alcance de Todas – Os raios ultra-violeta*, pela Dra. Lotte Spitsberg, fala-se de dicas para a beleza do rosto: “uma applicação esthetica estaria em bronzear a pelle – mas neste caso o sol é suficiente. Para o tratamento de acne, espinhas e furunculos temos a primeira e grande utilidade especial dos raios violetas no tocante ao rosto feminino” (O CRUZEIRO, 30 de setembro de 1933, p. 33).

Isso não significa que o objetivo era escurecer muito a pele. Pelo contrário, queimá-la demais e deixá-la marcada eram considerados falta de elegância. Talvez por isso na revista se falasse tanto sobre o assunto, para que as leitoras aprendessem todas as dicas de como seguir a tendência do bronzeamento da maneira correta. Na coluna *Dona*, a autora Greda Rouge fala que as banhistas brasileiras não eram muito civilizadas para os banhos. Mais precisamente, ela as considerou selvagens, afinal deixavam a pele queimar além do exigido pelo padrão de beleza: “nós aqui temos esplendidos costureiros que fariam inveja a qualquer europeu, mas, as mais das vezes, essas creações sumptuosas morrem, quando apresentadas por damas, cuja pelle castigada pelo sol, tostadas, descascadas, dão a idéa de sujas, e assim má impressão” (O CRUZEIRO, 14 de janeiro de 1933, p. 36). Interessante notar que o banhista que queimava demais a pele era visto como “fora de moda”, alheio aos padrões exigidos por aquela sociedade.

A pele bronzeada, na medida correta, revelava saúde. Por ser uma experiência nova, que exigia técnica e cuidado, precisava ser aconselhada. Os conselhos também se aproximam da área médica. Em 1934, a colunista Sylvia Accioly, ao responder uma carta, explica a uma leitora que ela deveria identificar seu tipo de pele, se com mais ou menos melanina, e, a partir disso, controlar o tempo de exposição ao sol. Mas ainda não havia tantas restrições em relação ao cuidado com a pele exposta a radiações solares. Vejamos:

Em primeiro lugar devemos estabelecer como ponto de partida que, existem epidermes mais fracas e mais fortes à acção do sol. Em geral as “claras” sofrem mais e as “morenas” sofrem menos. Estas, já naturalmente pigmentadas podem permanecer sem perigo de queimaduras, durante muitas horas consecutivos sem abrigo, na praia. – Mesmo assim indica o uso de chapéu para não deixar a cabeça exposta ao sol forte por muito tempo (O CRUZEIRO, 13 de maio de 1934, p. 43).

O banho de sol ou, como mencionado na revista, a “heliotherapia quente”, era recomendado pelos médicos para pessoas que tinham algum tipo de enfermidade, principalmente relacionada aos rins. O texto explica que era uma forma de desintoxicar os órgãos. Na coluna *Graça, saúde e beleza*, também escrita por Sylvia Accioly, as recomendações são:

Primeiro dia – insolação das pernas até os joelhos – 5 minutos de frente e 5 minutos de costas. Segundo dia – insolação das pernas até o púbis – 5 minutos de frente e 5 minutos de costas. Terceiro dia – insolação das pernas e em seguida das pernas e do tronco – 5 minutos para cada fase, sendo também 5 minutos de frente e 5 minutos de costas. Quarto dia – insolação do corpo inteiro até queixo, desde o princípio – 5 minutos de frente e 5 minutos de costas. Quinto dia – idem, sendo 10 minutos de frente e 10 de costas. Sexto dia – idem, sendo 20 minutos de frente e 10 de costas. Setimo dia – idem, 30 minutos de frente, 30 minutos de costas. Com uma hora diária o período de iniciação está terminado, e caso não haja nenhuma perturbação fisiológica (dôres de cabeça, tonteiras etc.) que indicarão a necessidade de uma progressão mais lenta, o individuo poderá frequentar a praia sem maiores preocupações, seguindo apenas as regras gerais determinadas para os outros banhistas cuja pelle, já pela pigmentação, deixou de ser “um órgão atrophiado” (O CRUZEIRO, 12 de janeiro de 1935, p. 32).

A pele passou a ficar mais exposta em razão do bronzeamento, principalmente porque os trajes de banho diminuíram. Por conta dessa mudança, a coluna *As Garotas do Alceu* traz, de maneira irônica, pelo autor Millôr Fernandes, uma fala de uma pessoa conservadora que estranhou o tamanho do traje das banhistas: “A moralista, na praia, horrorizada ficou. – Isto é campo de banhistas ou é campo de nudistas? – Não, senhora, retrucou um jovem que ao lado andava a pequena que ali viu apenas sem blusa estava e o resto... combinava. – Oh, que coisa pavorosa!” (O CRUZEIRO, 07 de novembro de 1942, p. 29).

Figura 5 -Coluna *As Garotas do Alceu*, com o título *Garotas de novembro*



Fonte: O CRUZEIRO, 07 de novembro de 1942, p. 29.

A revista *O Cruzeiro* aborda em alguns textos que o tamanho do traje também se relacionava com o clima que fazia na cidade carioca. Não seria suportável que os banhistas usassem roupas que cobrissem muito os corpos e, por isso, o maiô era o principal traje de banho visto nas praias.

O Rio é a cidade feliz, é a cidade da praia e da luz. O seu corpo é bello porque é livre. As idéas preconcebidas são exdruxulas, numa cidade que se banha duas e tres vezes por dia... Seria difficil converter o Rio à religião das roupas pesadas e das meias grossas. Tudo aqui, tende à nudez – a roupagem mais casta para as mulheres e para as arvores... (O CRUZEIRO, 03 fevereiro de 1935, p. 44).

A praia recebia corpos seminus, no entanto, a questão do pudor ainda estava presente. No texto *Rio, minha praia linda...*, escrito por Alvaro Moreira, é comentada a exposição dos corpos: “gente vestida por fora proclama que falta pouco para o nudismo completo. Não. Para o nudismo completo falta muito. O nudismo completo não chegará ao Brasil apesar das tradições. Não damos para isso” (O CRUZEIRO, 25 de agosto de 1934, p. 03).

Já o texto *O mar, o turismo, a policia, e outros divertimentos do verão*, de Peregrino Junior, aborda de forma bem-humorada o combate do nudismo nas praias. “Quem se aventurasse a entrar no mar com um ‘maillot’ que, aferido na severidade das trenas policiaes, não conseguisse cobrir os centímetros de pernas permitidos pela moralidade oficial estaria preso e multado” (O CRUZEIRO,

12 de março de 1932, p. 08). E multado e preso estariam, também, todos que, na praia, fossem surpreendidos em flagrante de galanteio, considerado um delito. O autor exemplifica:

Outro episódio curioso foi o que ocorreu com meu amigo e colega, dr. Isaias de Oliveira, campeão nacional de galanteria, que, encontrando no Posto 6 Dona Bôa n'um "maillot" da pontinha, não se conteve e perpetrou a imprudência de um madrigal: - Pequena do outro mundo! Dona Bôa gostou do elogio, mas advertiu o galanteador n'um sorriso de subtil ironia: - Olhe que a multa é de 20\$000... E elle, prontamente, sem titubear, com a maior naturalidade desta vida: - Por você eu dava até duzentos!... (O CRUZEIRO, 12 de março de 1932, p. 08).

A partir da ideia do corpo estar desnudado, a coluna *Dona na Sociedade* fala de como era o banho de mar em 1910. Segundo Gonzaga Duque, um dos "chronistas" da época, naquele tempo, o banho de mar era ainda considerado remédio e só podia ser usufruído mediante a prescrição médica. Era a cura para diversas mazelas humanas. A praia, longe de ser lugar de prazer, era lugar de tratamento e enorme ambulatório, onde os doentes encontravam terapia barata e cômoda para seus males. Ainda completa dizendo:

[...] levamos sessenta e tantos annos a conservar, por falta de iniciativa, a miseravel feição colonial deixada á metropole do paiz independente pelos seus antigos dominadores. Os nossos habitos casmurros, a nossa indole primitiva, e sobretudo a nossa hypochrisia herança da educação portuguesa do tempo de D. Maria I – nos impediam então de levar ás nossas praias a alegria e a graça, que são frutos normais da cultura, da civilização e do progresso (O CRUZEIRO, 24 de janeiro de 1931, p. 46).

Em 1930, década de publicação da matéria anterior, os corpos estavam cada vez mais expostos. Por essa razão, Elza Marzullo, em *Elegancia, graça e beleza*, no ano de 1940, aconselhou as mulheres que queriam manter a elegância e a higiene retirar os pelos através da depilação. A intenção era desnudar o corpo seguindo a estética e os princípios considerados como de uma civilização.

As pernas pelludas são um problema do anno inteiro e, até mesmo, uma preocupação de toda a vida. Mas, no verão, esses pelos excessivos se transformam num verdadeiro martyrio, porque a praia, o grande pretexto de hygiene e elegancia feminina da "saison", cujas delicias são insubstituiveis – não combina, de maneira alguma, com as pernas pelludas (O CRUZEIRO, 21 de dezembro de 1940, p. 84).

Percebe-se nos exemplos que a revista defendia o corpo trabalhado, mas não era qualquer um que deveria estar exposto com trajes de banho. Débora Leitão (2011) explica que, na praia, há

mais que um corpo nu; há um corpo despido, culturalmente trabalhado. O corpo pensado como algo fundamentalmente estético nas praias é também explorado por Miriam Goldenberg (2002). Apesar de seu estudo tratar da sociedade contemporânea, a análise pode ser trazida para o contexto da revista. A autora fala que, para atingir o corpo ideal e expô-lo sem constrangimentos, é preciso ter autodisciplina e se dedicar à boa forma, assim como estimularam as matérias do impresso. Cada vez mais, o autocontrole da aparência física era incentivado, uma etapa do processo civilizador.

O bronzeado tornou-se um símbolo de diferenciação. Só quem tinha o tempo livre é que poderia usufruir da cor ideal: “[...] o bronzeado de praia poderia indicar uma forma de vida marcada pela possibilidade de fruição dos ‘prazeres da vida’, pelo tempo livre esticado para mais e pelo tempo de trabalho encolhido para menos” (GOLDENBERG, 2002, p. 279). A cor adquirida na praia servia como marca de distinção e prestígio.

Falar de outra tonalidade de pele torna-se instigante, pois uma pele bronzeada não é, simplesmente, uma pele naturalmente escura, mas o resultado de um processo cuidadoso de exposição do corpo ao sol (SOARES, 2011) ou, até mesmo, do consumo de técnicas que auxiliam na pigmentação da pele. Estar na praia e aproveitar o sol para se bronzear fez surgir a necessidade de produtos e tratamentos para manter o corpo saudável, como observamos na citação: “O banho de mar é uma delícia! E ótimo para a saúde, mas nem sempre recomendado para a epiderme. Depois de uma temporada de praia, é sempre conveniente um completo tratamento da pele de todo o corpo com banhos refrigerantes” (O CRUZEIRO, 28 de agosto de 1937, p. 46). A pele muito queimada, a ponto de descascar, não era sinônimo de elegância. Muito pelo contrário, passava a imagem de não civilizado. Sendo assim, os banhistas tinham que aprender esse meio termo do bronzeado. O estar na praia para se divertir trazia muitas novidades, o que exigia, assim, dos autores da revista uma clareza e um detalhamento dos novos hábitos.

Pouco a pouco, a cultura de praia se inseriu na rotina dos cariocas, e engana-se quem pensa que a praia só recebia os banhistas durante o verão. No inverno, as pessoas aproveitavam para se divertir no local. A matéria intitulada *Copacabana* explica que as mulheres utilizavam as modas vindas de Deauville, Lido, Biarritz e Palm Beach, mostrando, mais uma vez, que as tendências dos trajes de banho ainda vinham do estrangeiro. No mesmo texto, o autor traz algumas notas com julgamentos em relação ao tipo de conduta adotada e aspectos encontrados na praia. Ele explica que, naquele ambiente, a presença do sorveteiro com seus refrigerantes era indispensável; sempre havia um comércio que servia para atender melhor aos banhistas. Em outra nota, discorre sobre o

comportamento durante o banho do bebê: “Elle tem medo da agua fria e não entende de elegancias. Para convence-lo é necessario um brinquedo. Mas ainda assim faz feio...” (O CRUZEIRO, 28 de agosto de 1937, p. 11). A foto a seguir ilustra a legenda do bebê com seu brinquedo. Ao redor, outra criança também participa do momento de lazer.

Figura 6 - Criança brincando na praia juntamente com o responsável



Fonte: O CRUZEIRO, 28 de agosto de 1937, p. 11.

A matéria *O verão vem aí...*, de Fernando de Barros, do Departamento de Beleza Coty, mostra que com a popularização da praia criou-se uma nova rotina nesse espaço e surgiu um mercado de produtos e acessórios²²:

Se gosta de ir a praia, tenha cuidados especiais para com o cabelo, introduzindo na touca de borracha um pouco de óleo, de maneira que as raízes do cabelo não sequem, tornando-o depois sem brilho e quebradiço. Deve também friccionar a pele com um liquido proprio ou creme nutriente, para evitar que a ação da agua salgada e do sol a queimem violentamente. Nadar é realmente um ótimo exercício, e o estilo de peito é excelente para embelezar o busto, tornando-se mais firme e juvenil. Igualmente, nadar de costas contribue para o desenvolvimento das costas, ombros e braços. Se a agua está muito fria, não se deve permanecer mais do que cinco minutos. Depois do banho deve-se secar com uma toalha

²² Nessa época, o jornalista Fernando de Barros já havia se consagrado como diretor e produtor de filmes nacionais, imprimindo bom gosto e elegância em suas produções. Seu trabalho lhe rendeu um convite da indústria de cosméticos Coty. Como funcionário da marca e convidado pelo diretor de *O Cruzeiro*, Accioly Neto, Fernando escreveu sobre beleza feminina na revista nos anos 40 e 50.

felpuda. Se sabe ginástica, deve fazer alguns movimentos, senão deve correr um pouco, jogar pelota, peteca ou outro qualquer exercício. Se quer repousar ao sol, deve retirar a água salgada com loção tônica e passar novamente creme nutriente, deixando uma capa mais espessa, de maneira a proteger a pele do sol. Os cremes são preferidos ao líquido, pois têm mais consistência. O sol vem aí! Porisso, enquanto vai pensando qual será o modelo da sua roupa de banho, e enquanto vai ao fundo das gavetas procurar seus petrechos de praia, lembre-se da sua beleza e não se esqueça de que o sol é um grande amigo, mas também pode ser inimigo, se não tiver cuidado (O CRUZEIRO, 15 de agosto de 1942, p. 73).

É provável que essa matéria foi patrocinada pelo próprio Departamento de Beleza Coty. No final do texto, há uma descrição da foto que ilustra a matéria: pose de Deolinda Saraiva. Ela era Modelo da Casa Almery e de maquiagem da Coty, o que servia também para divulgar os produtos da marca.

Figura 7 - Modelo Deolinda Saraiva posa para a foto sem crédito e com maquiagem da Coty



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de agosto de 1942, p. 73.

As praias estavam cada vez mais estruturadas para receber os banhistas. Diferentes serviços surgiram para atender quem frequentava o espaço. Um deles foi um carro que servia como uma espécie de ônibus, estabelecido pela Viação Excelsior, que levava as pessoas da Tijuca para as praias da Zona Sul. Os banhistas podiam aproveitar a praia durante o tempo que quisessem e a

passagem custava oitocentos reis. Na matéria *Estrutura das praias rumo do mar*, o autor conta que era uma iniciativa que colocava o banho de mar ao alcance de todos.

Nada é mais fácil, agora: á hora certa – por isso que esses carros têm horario estabelecido e infallível – o cidadão tijuquense, mettido no seu meillot e cercado pela família espera que passe o omnibus – uma especie de carro particular que está á sua disposição – que ha de leva-lo á praia que lhe vae permittir a felicidade de um banho tomado sem pressa, nas areias de Copacabana ou nas aguas do Flamengo (O CRUZEIRO, 18 de fevereiro de 1933, p. 34).

A mesma matéria ainda diz que as praias eram onde as pessoas iam buscar compensação pelo que não era possível viver na cidade. Elas estavam relacionadas com a liberdade e com a saúde da pele em contato com o ar e o sol.

A praia é a liberdade a vida, a saude com a epiderme em contactodirecto com o ar e com o sol, o corpo livre das roupas recortadas que se assemelham, nestes dias quentes, a pequeninas prisões que tolhem os movimentos e reduzem a vida. Mesmo nas horas caniculares em que o sol queima, a praia ainda é boa e é benefica. Faz bem até mesmo a caricia escaldante dos raios saturados de emanações que dão a pelle esse morenno bronze tão da actualidade e tão do gosto de toda gente CRUZEIRO, 18 de fevereiro de 1933, p. 34).

A movimentação nas praias aconteceu de maneira eventual e fez a comunidade carioca se adaptar aos novos preceitos. A praia desenvolveu vários aspectos, tanto socialmente quanto economicamente, no Rio de Janeiro. Novos empregos surgiram no espaço e houve uma demanda de produtos de moda e de beleza que deveriam ser utilizados pelos banhistas. Aumentaram as matérias sobre praia na revista entre 1928 e 1943. Assim como já dito, ao fazer uma pesquisa no site da Biblioteca Nacional com a palavra “praia”, dentro do recorte mencionado, foram encontradas 2.753 ocorrências na revista. Interessante notar que, no ano de 1928, a palavra apareceu 50 vezes em *O Cruzeiro* e, durante o decorrer dos anos, foi aumentando. 1938 foi o ano em que a palavra foi vista em maior quantidade nas páginas do periódico, no total de 220 vezes. Através da análise, nota-se que, de alguma maneira, a praia estava constantemente sendo falada pela revista.

Importante também observar que o assunto “bronzamento” foi recorrente na revista, talvez por ser um hábito novo. Havia maior liberdade de expressão nas praias, porém ainda existiam comentários que julgavam e instruíam como se comportar naquele espaço. Assim, foi mantida a necessidade de acompanhar e consumir as tendências estrangeiras para pertencer à civilização. A

praia ainda estava ligada a questões de saúde e, com o corpo mais exposto, houve um crescimento de anúncios de produtos de beleza relacionados à hidratação da pele, deixando-a próxima da aparência jovem, ideal almejado no período recortado.

2.2 Revista: anúncios, esporte e cinema

A revista *O Cruzeiro* era composta de diversos anúncios que vinham espalhados pelas páginas das edições. Implantando novas técnicas na elaboração de anúncios, o impresso trouxe métodos de divulgação baseados naqueles praticados nos Estados Unidos e na Europa, em especial na revista francesa *Paris Match*, e materiais bem impressos que mobilizaram a atenção da opinião pública com modernas técnicas de divulgação dos produtos. Com isso, a quantidade de anúncios aumentou a cada semana, chegando a ocupar um pouco menos da metade das páginas da revista. Era o que mantinha financeiramente a empresa.

A valorização da juventude foi um discurso muito utilizado nas propagandas. Em sua maioria, prometiam retomar essa fase da vida, uma tentativa de estender tal etapa. Carmen Soares (2011, p. 43) aponta que:

os progressos químicos da indústria de cosméticos, das tinturas e ondulações artificiais para os cabelos, das ceras depilatórias traziam um deslumbramento e um desejo de transformação ou de perenidade das aparências juvenis, sempre acentuadas pelas roupas e pelas práticas corporais, cada vez mais aceitas por significativa parcela da sociedade.

Denise Sant'Anna (2014) diz que a procura de mais conforto e lazer beneficiou a divulgação de reportagens sobre benefícios das estações de cura e o prazer de passar as férias em estâncias balneárias. Ou seja, os banhos de mar viraram diversão e tratamento de saúde das famílias cariocas. A autora conta que, na década de 1920, não era raro pensar que a velhice feminina se instalava antes da menopausa. Para a tristeza das mulheres, os homens pareciam envelhecer melhor.

Renato Ortiz (1991) conta que a publicidade moderna mudou os parâmetros da discussão. Ela é sugestão, deve “prender a atenção”, “despertar” as necessidades virtuais do consumidor. Os produtos são lançados antes mesmo que a vontade em os adquirir se manifeste; o que requer a sistematização deste mundo material e imaginário. O consumidor compra um desejo que aquele produto lhe proporciona.

A partir da década de 1930, a preocupação com o ideal de juventude virou assunto mais recorrente nas revistas femininas. O ideal de aparência jovem e esportiva prevalece nas publicidades. Com a inserção da ida à praia na rotina dos cariocas, criou-se um ramo no mercado de produtos para essa atividade. Eram diferentes itens que deveriam ser utilizados na praia ou após frequentá-la. Um deles indicava, após o banho de mar ou de sol, ou do contato com a água, uma aspensão com a solução de Lysoform (2 tampinhas medidas para cada litro de água) e depois pulverização com Talcoform (talco de Lysoform). “A solução Lysoformica agitada com a mão, produz uma espuma branca e perfumada, e a sua ação asética, detergente, desodorizante, suavizante da epiderme alivia rapidamente e cura radicalmente todas as manifestações cutâneas mantendo a pele macia, fina, e aveludada” (O CRUZEIRO, 05 de janeiro de 1935, p. 45).

Outro produto era o “Lavolho”, que prometia manter a beleza dos olhos mesmo que ele tivesse tido contato com a água do mar. “Si os seus olhos se ressentem do contacto da água salgada ou da luminosidade excessiva da praia, use Lavolho. Sentirá uma agradável sensação de bem estar e manterá inalterada a beleza de seu olhar. Lavolho não arde – clareia e beneficia os olhos. Use-o sempre!” (O CRUZEIRO, 21 de dezembro de 1940, p. 80). Percebe-se que houve uma criação de produtos estéticos e também de acessórios que deveriam ser consumidos pelos banhistas: novos trajes de banho, chapéus, óculos de sol. Desenvolveu-se, então, um mercado com itens de praia.

A rotina praiana exige acessórios para que, também, o banhista se sinta parte daquele contexto. Em *Dona na Sociedade*, fala-se sobre a fascinação do mar. A coluna conta que na praia era possível ver garotos seminus brincando na areia, construindo sorrisos e montanhas de areias. Além disso, as banhistas passeariam de batom e preparariam os chapéus, cadeiras e barracas, demonstrando a preparação para se estar na praia.

Povoado de chapéus de sol coloridos, de barracas listradas, de cadeiras de vime, de músculos de atletas, de sorrisos de crianças, de corpos lindos de mulheres, a praia de Copacabana, sob a benção luminosa do sol, é o mais bello, o mais forte espectáculo de alegria e de saúde que o verão do Rio oferece aos nossos olhos contentes (O CRUZEIRO, 15 de dezembro, 1928, p. 43).

O uso de acessórios para a praia indicava a ideia de pertencimento a uma classe, um diferenciador social, de moda, ou talvez a construção de uma nova aparência civilizada. Na matéria *O sol e os olhos*, identificam-se diversas fotografias que mostram modelos de óculos de sol. Cada um é indicado para uma determinada ocasião. A descrição do acessório específico para a praia diz:

“Os óculos para praia devem cobrir totalmente os olhos, evitando que haja diversa intensidade de luz sobre a vista” (O CRUZEIRO, 13 de janeiro de 1940, p. 39). Para Feijão (2013), a praia era como um jogo social que perdurava por horas, sob o forte sol do verão carioca. Guarda-sóis e sombrinhas japonesas tornaram-se acessórios indispensáveis e, mais do que isso, elementos de moda.

Figura 8 -Matéria *O sol e os olhos*



Fonte: O CRUZEIRO, 13 de janeiro de 1940, p. 39.

Cremes e loções para bronzeamento também eram anunciados com certa recorrência. Sant’Anna (2014) comenta que, nas décadas de 1920 e 1930, mesmo com bronzeamento à beira-mar, a pele branca ainda imperou nas propagandas de diversos produtos de beleza. Uma parte delas reforçava o preconceito de que a mestiçagem era causa de um trio supostamente inseparável: atraso cultural, indolência e sujeira. Contudo, outra parte dos anúncios difundiu a ideia de que mesmo os “mais morenos” exalavam charme, porque eram exóticos.

Nas páginas da revista, muitos produtos para esse fim eram comercializados, alguns com a promessa da cor perfeita. Os trajes de banho, cada vez menores, auxiliavam no desnudamento do corpo. Para exemplificar, vejamos o anúncio do “Oleo Danglelle”, reproduzido a seguir.

Figura 9 - Anúncio do Oleo Danglelle



Fonte: O CRUZEIRO, 01 de novembro de 1941, p. 82.

O uso do maiô ajudou na valorização da depilação das pernas e axilas femininas. Inclusive, nas páginas da revista, era possível encontrar produtos voltados para a remoção dos pelos. Alguns podiam ser desenvolvidos pelas próprias leitoras e outros eram para ser comprados. Por exemplo, o produto “Racé”, um pó que, aplicado durante dois ou três minutos, removia os pelos. O anúncio ainda dizia que não irritava a pele. A promessa era uma pele lisa e “livre dos pelos horríveis”. A estética da pele sem pelos deixava o corpo ainda mais exposto.

Tema também presente nas páginas de *O Cruzeiro* é o esporte disseminado pela praia, principalmente na década de 1930. Na coluna *Graça, saúde e beleza*, de Sylvia Accioly, mostraram-se os benefícios da natação, dizendo que as mulheres que praticam a atividade são facilmente

reconhecidas em um grupo na praia, afinal, ajuda o corpo a ficar mais definido: “Ellas possuirão entre todas, o corpo mais bello, o andar mais cadenciado e os gestos mais harmoniosos” (O CRUZEIRO, 25 de fevereiro de 1935, p. 32). No mesmo texto, a autora ainda ressalta que a natação serve como uma plástica feminina natural:

[...] dando-lhe um busto mais firme e vencendo a mal formação muito commum nos tempos modernos, dos homoplatascaldas, vicio que corre por conta dos trabalhos sedentarios, de costura ou dactylographia, onde encontramos habitualmente a companheira do homem ou seculoutilitario em que vivemos (O CRUZEIRO, 25 de fevereiro de 1935, p. 32).

Mesmo a praia não sendo mais frequentada por conta dos banhos terapêuticos, ela ainda era relacionada com a ideia de saúde. Em uma nota, na coluna *Banhos de sol*, Lucien François descreve: “Nos domingos, passe o dia todo de roupa de banho – almoce na praia, ao ar livre, ganhando com isto, muitos dias de saúde” (O CRUZEIRO, 21 de novembro de 1936, p. 43).

No século XIX, muitos esportes eram adotados na praia. O favorito dos cariocas era o remo, depois vinha a natação, praticada por jovens que disputavam travessias entre algumas praias da cidade. O remo continuou muito popular no começo do século XX, quando o Rio de Janeiro passou por uma reforma geral na administração de Pereira Passos e se construiu, na Praia de Botafogo, o Pavilhão de Regatas. Como se o carioca tivesse de mudar tanto quanto a cidade, os esportes ao ar livre passaram a ser os sinais de vitalidade pessoal e modernização dos costumes. Dali por diante, a natação e o remo abriram espaço nas praias para a chegada do salto ornamental, com trampolins de concreto erguidos no mar especialmente para isso, enquanto o futebol, o vôlei e o frescobol foram, aos poucos, conquistando espaço à beira-mar (GASPAR, 2004). As opções esportivas para as mulheres ainda não tinham diversidade, sendo pouco comuns as iniciativas que iam além da ginástica sueca, da natação e do tênis.

Na década de 1930, quando esportes como o remo e a natação faziam do oceano um lugar de práticas alinhadas aos preceitos do progresso, quem precisasse da terapêutica marítima ia a Copacabana, onde, ao lado dos primeiros palacetes, o desfrute balneário era compulsoriamente associado ao signo da distinção. Relevante apontar que o esporte também influenciou a moda praia. Buscando mais conforto e liberdade de movimento, os trajés precisaram ser menores e mais justos ao corpo.

O esporte, assim, emprestava à cidade mais um elemento para que ela se constituísse como moderna, que se identificasse com esses novos signos. Praticar algum esporte, ou mesmo, simplesmente, acompanhar eventos esportivos vários atestava essa identificação com que era moderno, elegante, novo e urbano (SOARES, 2011, p. 37).

Ir à praia era sinônimo de elegância e significava estar por dentro das tendências de moda, era um verdadeiro desfile de aparências. Na matéria *Praias... Praias...*, já citada neste trabalho, Copacabana é retratada como uma vitrine do bom gosto: “Ahi, o que menos se faz é tomar banho de mar. Aquella gente toda, culta e fina, entende que o banho melhor é o da areia quente, causticante ao sol ou o da brisa amena sob a sombra de variados chapéus de sol e bizarros refúgios” (O CRUZEIRO, 15 de dezembro 1928, p. 52).

A matéria *Fim de verão* afirma que a praia era um diferenciador social. Mesmo sendo um espaço público, já havia uma tímida segregação, como se pode ver na descrição: “Copacabana gosa seus ultimos dias de prestígio. Em breve os dias frios chegarão, e a bella praia perderá sua frequencia elegante, nunca tão grande e selecta como este anno” (O CRUZEIRO, 27 de março de 1937, p. 23). Assim como já dito, possivelmente, quem mais esteve na praia de Copacabana eram pessoas que faziam parte da elite e tinham alguma relevância econômica, afinal, foram percebidos pela revista.

Soares (2011) pontua que havia influência estrangeira na moda, inclusive na praia. Até os anos 1930, o país era influenciado cultural e economicamente pela Europa, com foco na França. No entanto, desde os fins da década de 1930, a influência era dos Estados Unidos. Ainda sobre as tendências vindas do exterior, na matéria *Praias*, o texto fala sobre os pijamas²³, trajes de banho já famosos na Europa, que chegaram às praias cariocas na década de 1930. A fotografia a seguir mostra mulheres desfilando na praia com a moda que acabara de chegar.

²³ A calça estilo pijama foi criada pela estilista Coco Chanel para o uso no dia-a-dia. Depois, foi adotada para o uso também à beira-mar. A modelagem era parecida com a pantalone e, na época, ambas eram consideradas modernas.

Figura 10 - Traje pijama nas praias do Rio de Janeiro



Fonte: O CRUZEIRO, 23 de janeiro de 1932, p. 4.

O importante era seguir as novidades. Frequentemente, a linguagem dos textos das colunas é no imperativo, conselhos disfarçados de ordens. Seguir as tendências de moda, principalmente do estrangeiro, era indispensável para atingir o nível de civilização. Além disso, esse discurso era utilizado para a venda de uma série de produtos. Com esse intuito, a correspondente de *O Cruzeiro*, Julia Bynes, trazia de Nova York as novidades com relação aos trajes de banho:

Chegou a hora da praia, garotas! As praias cariocas, que são as mais bonitas do mundo merecem, portanto, roupas de banho elegantes que valorizem ainda mais a moldura. New York apresentou, recentemente, alguns modelos que fogem da banalidade, e são esses que enviamos em primeira mão às leitoras brasileiras (O CRUZEIRO, 2 de novembro de 1946, p. 76).

Embora a Europa ainda fosse o modelo, tratando-se de moda e esporte, quem também passou a exercer alguma influência foi a cultura estadunidense. Isso ocorreu, principalmente, por conta do cinema de Hollywood, que passou a ser falado em 1927. O comportamento das personagens era imitado e as atrizes, consideradas heroínas por terem atitudes ousadas na vida real e representarem tudo o que as mulheres desejavam ser. Conforme Disitzer (2012, p. 45) menciona, “mostrados nos filmes, atos simples como trabalhar, dirigir automóveis, fumar e praticar esporte,

considerados símbolos transgressores, inspiravam muitas mocinhas brasileiras a acreditar em tempos mais livres e na possibilidade de viver de maneira diferente”. Pode-se encontrar a influência estadunidense na coluna *Cinelandia*, que traz conteúdos sobre cinema, explorando assuntos relacionados a Hollywood, seus atores e atrizes. Eliane Serpa (2003, p. 41) relata:

As informações e as fotos publicadas vinham diretamente dos estúdios da Paramount Pictures e eram reproduzidas textualmente pela revista. Com isso, também se divulgavam produtos de beleza, roupas da moda para o consumidor brasileiro, sobretudo para as mulheres. Os atores nacionais, as cantoras do rádio, e as atrizes internacionais, também tinham espaço.

O cinema, assim como a imprensa, ajudou na divulgação das regras de comportamento e postura na praia, pois tudo ainda tinha um caráter inédito. “As imagens nelas veiculadas influenciaram na formação de um repertório de comportamentos que incluíam desde a forma de caminhar sobre a areia até o jogo sutil de olhares estabelecido entre os corpos que se ofereciam ao olhar e os que desfrutavam de tal visão” (FEIJÃO, 2013, p. 13). As atrizes aparecem em fotografias na revista *O Cruzeiro* posando com diversos trajes de banho, o que influenciou as leitoras a frequentarem o ambiente da praia e a se portarem como elas. O cinema passou a fazer parte da cultura popular e a construir modelos de referências para o público de massa.

A Crise de 1929 não afetou muito as realizações cinematográficas, que serviram de fuga da realidade para o público, pois ofereciam uma evasão à realidade da vida cotidiana. “As estrelas de cinema de Hollywood surgiam como fuga a esse momento sombrio, e da grande tela elas convidavam ao sonho e ao devaneio” (SOARES, 2011, p. 41).

De acordo com Soares (2011), o cinema teve papel importante na disseminação de roupas, maquiagens, tonalidades de pele, gestos que, difundidos, iriam influenciar ou mesmo criar uma verdadeira indústria de produtos e de comportamentos. A pele, os cabelos, a maquiagem e os adereços usados por essas estrelas eram copiados, sendo modelos de beleza. As imagens vistas no cinema construía modelos de corpo, de aparência e desejos americanizados. Calanca (2008) explica que os filmes ofereciam lições práticas de moda, maquiagem e comportamento, o que reforçou a cultura-mercado da beleza e apresentou ao público o modelo de mulher moderna “estilo americano”.

Na questão da praia, as atrizes influenciaram diretamente nos trajes de banhos. Para o banhista, era a maneira de se apresentar parecido com determinado personagem, vestia-se o

conceito. Em uma das matérias da revista, fala-se da criação desses trajes: “Hollywood, a terra do cinema, que dita moda hoje como Paris fazia antes que o filme revelasse o gosto artístico das estrelas vestidas pelos mais famosos costureiros do mundo, tem apresentado uma serie de modelos de banho, cada qual mais... arejado” (O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1933, p. 21).

Em algumas publicidades, as estrelas eram usadas como um padrão com o qual as pessoas buscariam identificação, incentivadas a estabelecer uma relação de proximidade com as roupas, cabelos, gestos. Na propaganda, adquirir o produto é obter as qualidades prometidas, que são as das atrizes. Nas promessas, está o próprio comportamento dos astros, qualidades e modos de vida. Para Cristina Meneguello (1996, p. 104):

a estrela pode ser considerada veículo num primeiro nível, porque é a figura de convencimento utilizada pela propaganda, na qual suas qualidades são tributadas e identificadas às do produto. Não é sem sentido supor que, no consumo do produto, exista um consumir a própria estrela. Entretanto, na análise mais acurada do funcionamento da estrela, vai-se além de sua característica de simples veículo, pois a partir do momento em que por meio da proposta de padrões de beleza, de gestual e de comportamento a estrela constitui “modos de ser” para seu público, deixa de ser suporte da mensagem para ser mensagem em si.

O cinema não só ditava moda e tendências, mas também foi um meio de disseminação do Rio de Janeiro como ponto turístico. As paisagens da cidade foram mostradas em filmes como “[...] Voando para o Rio, criando com a película a atmosfera de uma cidade lúdica, atraente e pronta para acolher o turismo internacional” (DISITZER, 2012, p. 71).²⁴

²⁴ *Voando para o Rio* é um filme musical estadunidense da RKO Pictures, lançado em 29 de dezembro de 1933. Foi feito com um brinquedo de avião que se movia e um projetor criando a ilusão de voar. O filme foi dirigido por Thornton Freeland e produzido por Merian C. Cooper e Lou Brock. O roteiro foi escrito por Erwin S. Gelsey, H.W. Hanemann e Cyril Hume, baseado em uma novela de Lou Brock e uma peça de Anne Caldwell.

Figura 11 - Moda das estrelas de Hollywood.



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 26.

Meneguello (1996) comenta que, na década de 1940, parecer-se com um artista hollywoodiano era mais do que um mecanismo de cópia. Tratava-se da própria constituição dos corpos referenciada na cinematografia estadunidense, um universo de vida cotidiano para as populações urbanas, uma proposta de modos de vida e de relacionamento.

Mais que a adesão ao padrão de beleza física, a prática desportiva proporcionaria um legítimo alinhamento à cultura estadunidense, tal como propagandeada nas telas de cinema. Não mais exclusivamente ligados aos ditames da higiene, a educação física e os esportes passaram a ser consumidos como elixires de beleza e modernidade, capazes de lançar seus adeptos às glórias do progresso.

2.3 Colunas: *Elegancia e Belleza e Graça, saude e belleza*

Assim como o cinema, a literatura conquistava o público com elementos vindos da ficção, disseminava os comportamentos e as modas que espectadores e leitores de grande parte do mundo, inclusive do Brasil, absorviam como modelo. Tais ideias incentivavam a moda e as representações do moderno. A literatura também estava presente na revista *O Cruzeiro*. Era uma razão importante

para que a revista fosse assinada e ansiosamente esperada: ela trazia a continuação de alguns romances lidos em série.

As imagens criadas pelo cinema, pela literatura ou mesmo pela imprensa eram interpretadas como a realidade em função de um ideal de modernidade ou da visão poética de um autor sobre o momento em que se estava vivendo. Por outro lado, as imagens propagadas por tais veículos, muitas vezes estranhas ao cotidiano de seus consumidores finais, acabavam sendo absorvidas por eles, espectadores ou leitores, e afetavam seus modos de vestir e de se comportar (FEIJÃO, 2016)

Na literatura inserida em *O Cruzeiro*, um dos assuntos tratados pelos personagens é a praia e, muitas vezes, a história se passa nesse ambiente, o que mostra como o hábito do banho de mar estava introjetado na rotina dos cariocas. Em *História de Um Millionario Sizado*, a autora estrangeira Margaret Culkin Banning descreve o contexto praiano:

pela manhã seguinte a praia estava alegre, coalhada de chapéus de sol de cores berrantes. Aquella nesga de oceano, para gozo dos veranistas, havia sido cercada de cordas e alguns banhistas profissionaes contemplavam os nadadores, vigiando-os. As crianças e suas criadas tinham vindo mais cedo para a praia, mas seriam cerca de onze e meia quando os automoveis começaram a se alinhar ao lado das cabines de banho e homens e mulheres appareceram na praia (O CRUZEIRO, 29 de dezembro, 1928, p. 43).

Para Marília Scalzo (2009), enquanto o jornal ocupa o espaço público, do cidadão, e o jornalista fala sempre com uma plateia heterogênea, muitas vezes sem rosto, a revista entra no espaço privado, na intimidade, na casa dos leitores. Seguindo essa lógica de aproximação, do aconselhamento, duas colunas em especial fazem isso e discutem o comportamento na praia: *Elegancia e Belleza e Graça, saude e belleza*.

A primeira é voltada a questões de higiene, dicas de beleza e profilaxia de doenças. Dúvidas sobre os assuntos também são respondidas, valorizando o corpo e a boa saúde. Conselhos e padrões de conduta também são veiculados mostrando as qualidades da elite. Esses artifícios contribuía para a constituição de feminilidades em diferentes estágios da vida das mulheres, sendo elas jovens ou adultas. Ademais, traz conselhos de beleza para o público feminino, que variam de dietas e exercícios para definir o corpo a conselhos de maquiagens e vestimentas. A coluna *Elegancia e*

Beleza já estava presente na revista *A Cigarra*, antes de ir para *O Cruzeiro*²⁵. Como seu próprio nome diz, trazia conselhos sobre elegância, considerada uma qualidade feminina.

Figura 12 - Coluna *Elegancia e Beleza*



Fonte: O CRUZEIRO, 27 de dezembro de 1941, p. 67.

Elegancia e Beleza, em *O Cruzeiro*, também assinada por Elza Marzullo, diferente de outros espaços escritos por pseudônimos. A pesquisadora Jaqueline Almeida (2015) conta em sua dissertação que existem poucas informações a respeito de Marzullo. Ao que tudo indica, ela começou a trabalhar na revista em meados da segunda metade da década de 1930, atuando como jornalista responsável por reportagens. Depois, em meados de 1940, *Elegancia e beleza* tomou as páginas de *O Cruzeiro*. A coluna de Elza era um segmento radiofônico, não apenas porque se originou de um programa de rádio, mas porque cultivou um repertório com linguagem coloquial, em que a proximidade com os espectadores era importante ou mesmo essencial para o seu sucesso. Esse formato funcionou tanto que a coluna permaneceu fixa na revista por, aproximadamente, vinte anos.

²⁵ Em março de 1914, surgiu a revista ilustrada *A Cigarra*. Lançada primeiramente em São Paulo por Gelasio Pimenta, ela passaria a integrar o grupo Chateaubriand na década de 1940, quando transferiu sua redação para o Rio de Janeiro.

Uma novidade proposta pela jornalista eram as séries de exercícios físicos para as diferentes partes do corpo, divulgadas em sua coluna. Para as mulheres, mesmo que pudessem praticar outros esportes, a ginástica era sempre indicada. Como já mencionado, beleza e juventude são um tema central de discussões e preocupações dentro dessa seção. Outro aspecto presente é a atenção com o corpo feminino, como a forma magra. Em um dos exemplos retirados da coluna, a autora conta que:

a mulher moderna se submete a muitos sacrifícios impostos pela conservação da silhueta. Suprime as guloseimas, faz regimes, regulariza as horas de repouso, pratica determinadas regras de higiene e se impõe exercícios, que a tornam ágil, que fazem seus movimentos graciosos, rítmicos, perfeitamente equilibrados (O CRUZEIRO, 06 de dezembro de 1941, p. 71).

Em outra edição da coluna, Elza fala do problema que as mulheres enfrentavam com o cabelo durante a temporada dos banhos de mar. Discorre que, naturalmente, as banhistas de cabelos ondulados não precisavam se incomodar de molhá-los ou não. Mas aquelas que ondulavam artificialmente não podiam fazer o mesmo e, se mergulhassem com os permanentes e cachinhos, depois de terem “furado” duas ou três ondas do mar, ficariam sem ondas “próprias”. A colunista, diante do fato, traz soluções para manter o cabelo arrumado:

- 1 – Use uma touca de modelo especial e própria para impedir que a água molhe a cabeça. Ou, pelo menos, use duas; essa, impermeável, justa, em baixo e uma mais elegante em cima.
- 2 – Puxe o cabelo todo para cima, juntando-o ao alto, bem distante dos bordos da touca. Assim, se a água penetrar sob o “cap”, molhará apenas as raízes, não os cachos.
- 3 – Use uma bandagem de camurça sob a touca. Então poderá segurar seus cachinhos com grampos, sem que a touca seja furada pelos grampos. Além disso, a camurça ajudará a defender seus cabelos da água. (O CRUZEIRO, 08 de fevereiro de 1941, p. 45).

Como uma forma de interação, a revista coloca dentro dessa coluna dúvidas dos leitores, chamadas de *Correspondencia*, que, aliás, era algo recorrente na imprensa feminina (BUITONI, 1986). Interessante notar que o principal público que enviava os comentários era formado por mulheres. Nessa seção, a leitora ganhava espaço para sugestão, elogios, dúvidas e reclamações. Isso possibilitava a interação, reforçando um caráter pessoal com o veículo. Jaqueline Almeida (2015) discorre que a partir de uma linguagem simples e amigável, Elza transmitiu uma série de normativas às leitoras; e quando suas mensagens não eram suficientemente claras, a coluna *Correspondencia* cumpria o papel de fazer a mediação entre a “especialista” e o seu público.

Um dos assuntos presentes nas cartas é justamente a praia, o que pode ser justificado por ser um ambiente ainda novo e que passava a ser cada vez mais visitado. Além disso, a função de lazer do local tinha sido há pouco tempo implantada e, dessa forma, surgiam várias dúvidas pelos banhistas que queriam se atualizar aos novos hábitos, como a exposta por Nilsa: “Qual a hora melhor para o banho?”. Quem responde é a própria Elza Marzullo: “Neste ponto discordamos dos autores antigos que recomendavam as horas matinaes, pois está absolutamente provado que entre dez e quatorze horas o sol attinge seu maximo de potencia” (O CRUZEIRO, 12 de maio de 1934, p. 44). A dica sobre o bronzamento durante a leitura do texto é não queimar demais a ponto de causar insolação ou agressão à pele.

Assim como a coluna *Elegancia e Belleza*, a seção *Graça, Saude e Belleza* também recebeu dúvidas enviadas pelos leitores. Escrita por Sylvia Accioly, ensinou diversas atividades físicas que poderiam ser realizadas, principalmente na praia. Era uma forma de manter o corpo em forma e continuar com o banho de mar. Na página 28 do dia 13 de abril de 1935, Sylvia ensina os passos certos para uma boa natação. Na coluna, a autora, que era “directora do Instituto Feminino de Cultura physica”, responde às leitoras sobre “solicitações de palavras de estímulos dedicadas à cultura physica”. Ao final do texto está escrito onde a carta deveria ser dirigida: “á séde do Instituto, Av. Rio Branco, 90-2^o” (O CRUZEIRO, 16 de junho de 1934, p. 44).

Em um dos textos de *Graça, Saude e Belleza*, Sylvia fala sobre exercícios que ajudam a eliminar as gorduras extras, o que mostra o desejo pelo corpo magro e atlético. “A mulher dos tropicos – a morena principalmente – possui tendencia muito pronunciada á obesidade, com localizações deformantes. Dos esteatomas encontrados no corpo feminino, tres principalmente são assignalados em seu panículo adiposo” (O CRUZEIRO, 28 de julho de 1934, p. 37). Em outro exemplo que também traz a questão do peso das mulheres, a autora diz:

e a mulher, victima principal de toda sorte de preconceitos, que vivia reclusa nos lares fechados, deixava que a gordura invadissem insidiosamente as suas fôrmas, incapaz de uma reacção menos eficiente que a de comprimi-lo, quando havia necessidade, em incriveis instrumentos de supplicio, determinados pela moda, para adelgaçar-lhe a cintura, e que servia apenas para deforma-lo ainda mais (O CRUZEIRO, 15 de junho de 1935, p. 52).

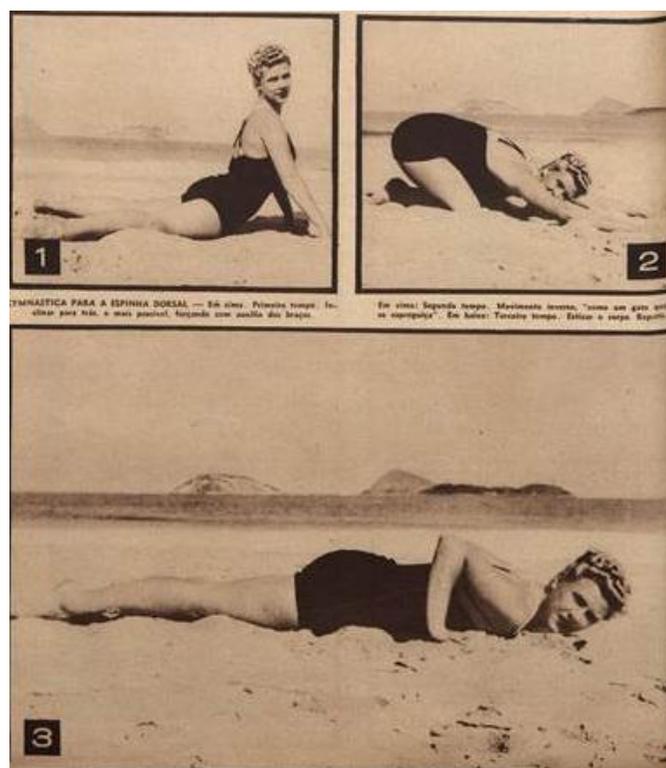
A preocupação das colunas do jornal em preparar o corpo é, possivelmente, um reflexo da ideia do cuidado com esse corpo que seria exposto publicamente, principalmente durante o verão em que se usava o traje de banho. Os alongamentos e exercícios eram praticamente todos

executados nas praias. Em todas as edições da coluna *Graça, Saude e Belleza*, havia fotos de mulheres fazendo os movimentos descritos em legendas. Talvez a praia tenha sido o local escolhido para fazer a atividade, por ser um ambiente de lazer e, mais do que isso, onde os corpos ficavam mais expostos. Os pequenos trajes podiam ajudar nos movimentos.

Perante a sociedade, vistas muitas vezes como seres inferiores, as mulheres eram o foco das colunas. O sexo feminino era tratado ainda como frágil e precisava se exercitar para ficar próximo da força dos homens. Seguir os conselhos era uma maneira de elevar a moral das mulheres e, assim, elas poderiam ser consideradas dentro dos ideais da alta sociedade. Em *Graça, Saude e Belleza*, Sylvia Accioly diz:

privadas de exercício durante gerações consecutivas, ellas acabaram por ter esta inferioridade mental tão apregoadá, e que por muito tempo foi tida como natural. É crível portanto que de um momento para outro não consiga attingir ao grau de fortaleza a que chegou o homem, mas assim mesmo, tendo atrás de si um pequeno passado de independência já consegue realizar um certo equeilibrio que a faz competir com elle em todas as atividades que outrora lhe eram interdictas (O CRUZEIRO, 05 de outubro de 1935, p. 51).

Figura 13 - Graça, Saude e Belleza: Sylvia Accioly ensina o passo a passo do alongamento, as poses são de Dorothy Morgan



Fonte: O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1939, p. 48.

Ainda que normas higienistas que recomendavam a prática de exercícios fossem divulgadas na revista, elas esbarravam, muitas vezes, em preconceitos difundidos até mesmo pela classe médica, que desaconselhava esforços mais vigorosos para as mulheres por entender que tais movimentos apresentavam perigos ao organismo feminino, considerado fraco e hipersensível (CORBIN; COURTINE; VIGARELLO, 2008). Outro receio era que a atividade física podia causar efeitos estéticos em um corpo que tinha como principal atributo a fragilidade.

Em geral, as ideias dessas seções seguiam as mesmas linhas das veiculadas pelas revistas femininas. Pautavam-se pela moral tradicional na qual as distinções de gênero encarregavam aos homens autoridade e poder sobre as mulheres. Elas eram definidas por características tais como doçura, pureza, instinto materno, dependência, vocação prioritária para o casamento e os trabalhos domésticos (DEL PRIORE, 2004). Ao masculino eram relacionadas características como participação no mercado de trabalho, autoridade e poder. O conteúdo dos conselhos dados pela revista era marcado por valores morais que favoreciam as experiências sexuais masculinas, enquanto procuravam restringir e controlar a sexualidade feminina, classificando os comportamentos em certos e errados. Era como se apenas a mulher precisasse aprender os moldes da civilização, pois o homem já estava inserido no padrão.

A mulher deveria seguir o padrão de dona do lar, se casar e ter filhos. Mary Del Priore (2004) salienta que o casamento entre famílias ricas e burguesas era usado como um degrau de ascensão social ou uma forma de manutenção do status. Mulheres casadas ganhavam uma nova função: contribuir para o projeto familiar de mobilidade social, através de sua postura nos salões como anfitriãs e na vida cotidiana, em geral, como esposas modelos e boas mães. Cada vez mais era reforçada a ideia de que ser mulher era ser quase, integralmente, mãe dedicada e atenciosa, um ideal que só pode ser plenamente atingido dentro da esfera da família “burguesa e higienizada”. A mãe é quem ficava responsável por cuidar da primeira educação dos filhos.

A bela aparência e algum poder de sedução agora ajudavam a arrumar casamento. Assim, aprimorar tais encantos femininos passou a ser um bom investimento. Para médicos e higienistas, a mulher que se prezasse precisava ser saudável, sair de casa e fazer exercícios físicos adequados ao seu tipo físico: ginástica leve, jogo de tênis, natação, passeios a pé ou de bicicleta. Tais hábitos combateriam o ócio e os excessos mundanos da juventude, assim como a tendência ao adultério das esposas entediadas (PINSKY; PEDRO, 2012).

A partir da década de 1920, novas posturas seguiram a nova moda no vestir. Houve o abandono das velhas regras de comportamento: determinadas mulheres começaram a tomar banho de sol na praia, a falar gírias e a fumar em público. Parte delas se tornou representada como elegantes, ousadas, sedutoras e misteriosas. Esse novo padrão de beleza está estampado nas páginas de *O Cruzeiro*. A mulher estava mais ativa, enérgica, forte e ágil.

Havia uma forte oposição entre corpo natural e aparência artificial. Mesmo no começo do século XX, a beleza física tendia a ser vista como uma dádiva divina. À mulher cabia conservá-la com recato e comedimento. É possível observar essa ideia através das colunas femininas publicadas na revista, “manter a linha” era um conselho corriqueiro. Ainda não se falava em “boa forma”, os exercícios aconselhados destinavam-se, em geral, a afinar a cintura e a endireitar a postura.

A nova mulher ideal foi “liberada” da ignorância, mas os educadores projetavam currículos destinados a prepará-la, antes de mais nada, a desempenhar seu papel “natural” como gerente racional da vida doméstica e como socializadora inteligente da geração futura. Para Susan Besse (1999, p. 40):

as mulheres que deixavam de adquirir um verniz de modernidade eram submetidas ao ridículo e ao ostracismo social, enquanto as que levavam a sério as mensagens que transmitiam a possibilidade e a desejabilidade da emancipação social, econômica e sexual das mulheres briguentas, feias e velhas. Esperava-se que as mulheres cultivassem uma aparência exterior de sofisticação moderna e ao mesmo tempo conservassem as “eternas” qualidades femininas de recato e simplicidade. Deveriam ser, ao mesmo tempo, símbolo de modernidade e baluartes de estabilidade contra os efeitos desestabilizadores do desenvolvimento industrial capitalista, protegendo a família das influências “corruptoras”.

O perfil da maioria dessas mulheres ainda era de submissa aos homens; afinal, elas eram destinadas a formar uma família. Esse era o modelo considerado moderno: livre para ser consumidora – geralmente, usufruía do dinheiro do marido, pois em grande parte não trabalhava – e para cuidar do corpo.

Como é impossível chegar a um percentual, ou, pelo menos, uma estimativa do número de leitoras da revista em decorrência da falta de dados, fazemos algumas inferências envolvendo os números dos exemplares da revista, que chegava a 91 mil exemplares, segundo mostra a edição de 16 de junho de 1944. Podemos deduzir que era um número considerável de leitores, já que no país, nesse período, só a população feminina chegava a 20.622.227. Dessas, 19% estavam no mercado de trabalho e, pelos indicativos da revista, a maioria das suas leitoras não fazia parte do operariado nacional; eram donas de casa, que poderiam até ser também trabalhadoras, mas pertencentes às elites empresariais, políticas, econômicas e militares, principalmente dos grandes centros urbanos. Segundo a revista, era um público-leitor de várias partes do país e até do exterior, já que o magazine circulava

na Europa e em vários países da América Latina. Isso demonstra que a classe leitora alvo de *O Cruzeiro* eram as mulheres das camadas mais elevadas da população, especialmente as integrantes das famílias das classes médias e altas, da burguesia (SERPA, 2003, p. 13).

Ao mesmo tempo, *O Cruzeiro* tentava apresentar a ideia de uma “nova mulher”, que significava ter características modernas e estar atualizadas com as tendências. Leoni Serpa (2003) aponta que as matérias não refletiam a realidade da maioria das brasileiras, que viviam em condições precárias e eram analfabetas. O periódico mostrava uma imagem relacionada às mudanças de um país que despia as mulheres das saias longas e as urbanizavam, através de novas formas de se vestir e se apresentar para a sociedade. Esse cenário mostra que a revista considerava as mulheres o público mais carente de autocontrole e de civilização.

Outro indício que também comprova o direcionamento para o público feminino veio na matéria *Quando fôrá praia...*, que trata também de como se portar na praia, onde o ideal era abolir o uso da maquiagem, principalmente na região dos olhos, pois, geralmente, ela não resistia à água. “A pintura nos olhos deve ser completamente abolida para o ar livre e, no caso de fazer muita questão, somente um pouco de lápis nas sobrancelhas. Usar rímel nos olhos em toilette de praia é o cumulo da falta de gosto” (O CRUZEIRO, 14 de outubro de 1939).

Tanto as mulheres que estampavam as páginas da revista semanal quanto suas leitoras pertenciam às classes média e alta, alfabetizadas e urbanas, da sociedade brasileira das décadas centrais do século XX. Serpa (2003) salienta que, aproximadamente, 30% das páginas são referentes ao imaginário feminino, que não compunha apenas um perfil feminino, mas vários perfis. A revista foi uma das primeiras a se preocupar em mostrar o universo feminino de uma maneira requintada e em dar à mulher espaços antes pouco vistos na imprensa brasileira. Tais espaços eram ocupados com novos costumes que reforçavam a ideia da modernização feminina. No próximo capítulo, por meio da análise das colunas de moda e das fotografias veiculadas na revista, trataremos das transformações da moda praia no recorte temporal tratado na pesquisa.

CAPÍTULO 3 – MODA NAS PRAIAS CARIOCAS

Poderíamos iniciar este capítulo perguntando: como a revista *O Cruzeiro* levou para os leitores o conteúdo sobre a moda praia? Os trajes de banho certamente possuíam um lugar bastante privilegiado no impresso. Afinal, a cultura de praia ainda era uma novidade, o que exigia adequação dos hábitos e modas.

Identificamos que a moda do período destacou o corpo magro e bronzeado, com marcas de que esteve na praia. As roupas mais curtas e decotadas deixavam a pele à mostra e, em alguma medida, favoreciam o desnudamento do corpo. Assim, frequentar a praia era sinônimo de distinção social e elegância. Outro aspecto que corrobora esse cenário é a valorização do esporte ao ar livre, que identifica um padrão corporal que seria, a partir de então, gradativamente almejado.

Nesse capítulo, observaremos, a partir das colunas de moda e das fotografias, de que maneira esse material serviu de modelo para o leitor ao mesmo tempo em que colaborou na propagação da moda praia. No próximo item, notaremos que um dos aspectos determinantes no processo da transformação do traje de banho foi o corpo que iria vesti-lo.

3.1 O corpo na praia

Para esta pesquisa, torna-se de suma importância a questão do corpo. Aqui, não podemos falar de moda sem antes tratar da questão corporal. O cuidado com o corpo que iria ser exposto na praia era um assunto recorrente na revista *O Cruzeiro*, pois, como vimos, estar dentro do padrão corporal significava seguir os preceitos da modernidade. Esse assunto será tratado com seu foco voltado para a beleza, buscando pensar o corpo como influência para a moda e vice-versa.

No período aqui estudado, frequentava-se a praia para se bronzear, praticar esportes e usar trajes cada vez mais decotados e justos. O corpo era uma maneira de se distinguir na sociedade. No entanto, essas atitudes faziam parte de um sistema social, no qual um grupo de pessoas, principalmente da elite carioca, estava inserido. O fato de ir à praia e optar por alguma modalidade esportiva era determinado pelo estilo de vida daquela pessoa, que teria hábitos considerados saudáveis e estaria dentro dos padrões modernos de comportamento.

Ana Lúcia Castro (2003) explica que o corpo esbelto, modelo de corpo saudável, é uma condição do indivíduo na modernidade. “Em termos de vestuário, o século XX tem sido marcado pelo desnudamento e flexibilidade cada vez maiores, a aparência física passa a depender cada vez

mais do corpo e cuidar dele torna-se uma necessidade: o corpo é para ser mostrado” (CASTRO, 2003, p. 19). É claro que o processo do desnudamento não foi algo fácil de se estabelecer. A autora em sua pesquisa aponta alguns aspectos corporais na modernidade, o que acontece na década de 1920 é o início dessa cultura de corpo que se estabeleceu na segunda metade do XX.

Mesmo que o corpo estivesse mais liberto de vestimentas, ele deveria estar dentro dos moldes da elite. E não havia apenas o julgamento corporal do outro, mas também a percepção de quem possuía tal corpo. Por isso, a busca por medidas estéticas ajudava a chegar ao considerado modelo ideal. Também para Mônica Schpun (1999), havia a ideia de que o culto ao corpo se relacionava com a questão da modernidade. A autora diz que a disciplina corporal estava ligada especialmente às mulheres.

A exposição dos corpos femininos aos olhares e às opiniões acompanha-se de medidas civilizadoras. As atenções que uma mulher dedica a seu próprio corpo devem incorporar o olhar social, exterior, carregado de disciplina. Assiste-se na verdade, ao longo do período, à instituição de um trabalho da beleza que necessita de aprendizado cada vez mais sistemático e metódico (SCHPUN, 1999, p. 91).

Para obter o corpo ideal era preciso uma rotina, e cuidar do físico também estava na moda. Seguir os princípios do corpo definido e bronzeado assegurava distinção social de um grupo e determinava que eles tinham condições de usufruir da praia com certa constância. Conforme Siqueira (2006), o corpo parece possuir vida, eficácia mágica, pois a imagem se traduz por despertar o desejo, o interesse e o olhar daqueles que veem. Ou seja, o corpo comunica algo. Aquele que passou pela praia carregava suas marcas e transmitia a imagem de prestígio. É como se o grupo compartilhasse interesses similares: relação próxima com o sol que amarela a pele e exige roupas específicas.

Um dos elementos que colaborava para manter o corpo esbelto era a prática de esportes. As modalidades realizadas na praia fizeram com que os trajes de banho diminuíssem de tamanho e, com isso, o corpo ficou mais exposto e com peças mais adequadas para aquele tipo de atividade física que exigia movimentos. Penna (2010) explica que a moda e o corpo atuam como espelho de uma época e revelam um imaginário específico, estabelecendo uma comunicação no contexto em que estão inseridos. A cultura, os costumes, as regras de conduta social, o modo de pensar e agir de uma sociedade são evidenciados por meio das roupas e pela maneira com a qual o corpo é revelado ou escondido.

O traje de banho diminuiu e deixou o corpo mais exposto aos olhares, evidenciando qualidades e “defeitos” físicos de quem vestia a peça. Com isso, houve preocupação em manter o corpo dentro dos padrões exigidos até para se sentir parte do grupo que usufruía da praia. A marca deixada no corpo pelas atividades de lazer praianas, os valores intensos atribuídos ao ar, ao mar e ao sol eram algo positivo, sinônimo de saúde e bem-estar. George Vigarello (2006) complementa dizendo que, na década de 1930, a praia mudou a estética de beleza. A “insolação” entrou na literatura. O rosto deveria sugerir “lembranças de férias”; o corpo, o “ar livre”, capaz de fazer “triumfar a verdadeira beleza”.

A presença de corpos ensolarados, ativos, *seminus*, tem consequência sobre as imagens divulgadas pela revista: misturam vigor e magreza. Os efeitos musculares se juntam aqui aos efeitos da carne: “[...] o que faz a beleza é um corpo magro e musculoso que se movimenta com leveza” (VIGARELLO, 2006, p. 147). Tais características foram ignoradas durante muito tempo pelos padrões de beleza femininos.

Em termos de vestuário, o século XX é marcado pelo desnudamento e flexibilidade cada vez maiores. A aparência física passou a depender mais do corpo e cuidar dele tornou-se uma necessidade. É a exposição pública do corpo que ganhou espaço. A possibilidade de desenhar o próprio corpo se colocou como algo que propiciaria a cada um estar o mais próximo possível dos padrões de beleza propagados pela revista. No próximo tópico, discutiremos como o corpo praiano inspirou a moda também ao redor das praias.

3.2 A moda inspirada nos movimentos do corpo

A praia influenciou no comportamento dos cariocas, como vimos no capítulo anterior, mas também os hábitos praianos fizeram com que a moda seguisse novas perspectivas. Isso porque o banhista queria mostrar que esteve na praia e estava com o corpo atlético, de acordo com o padrão moderno. A partir da década de 1920, o corpo bronzeado e trabalhado com as práticas esportivas era mostrado inclusive fora da praia por meio de decotes e recortes nas roupas. A moda acompanhou as transformações corporais do período. Era uma maneira de mostrar *status* e se diferenciar dentro da sociedade carioca, visto que poder ir à praia e desfrutar de sua estrutura era uma regalia, principalmente, da elite.

Para conseguirmos investigar como era a moda na praia no recorte temporal de 1928 a 1943 e a questão corporal que se impunha, serão utilizadas as colunas de moda e fotografias que circularam na revista. Esse material foi de extrema relevância para tratar do assunto praia e, assim, os leitores podiam conhecer um pouco mais o ambiente.

No começo do século XX, as mulheres ainda copiavam o modo de ser e os trajes das parisienses. Mesmo com o intenso sol na cidade do Rio de Janeiro, a moda francesa ditava o uso de tecidos quentes e pesados. De modo geral, ela era seguida com rigidez. As novidades eram trazidas especialmente pelas revistas. As cariocas que faziam parte da elite podiam adquirir as peças em uma ida à Rua do Ouvidor, onde chegavam as principais tendências estrangeiras, ou levar o modelo desejado às costureiras.

Em termos de comportamento, naquele momento, as cariocas imitavam o modelo parisiense da *garçonne*²⁶, de comportamento boêmio e olheiras fundas, tão admirado pelas jovens modernas do Rio de Janeiro. Esse foi, aos poucos, substituído por um perfil mais esportivo e bronzeado, o que já adiantava o modelo metrópole-balneário que começara a ser construído (FEIJÃO, 2016).

Vimos que, com as obras de urbanização da orla no Rio de Janeiro, as praias passaram a receber os banhistas que usufruíam do banho de mar ou de sol e visitantes que estavam a passeio. Pessoas que iam em busca de aproveitar restaurantes, encontrar amigos, fazer piquenique ou apenas apreciar a vista. Feijão (2016, p. 159, grifo da autora) discorre que “o passeio sobre as calçadas de pedras portuguesas entrou na moda e ganhou o status de *footing*”. Com a intensificação da ida às praias, o local tornou-se uma vitrine: os cariocas se aprontavam com roupas que consideravam adequadas para aquela ocasião, afinal, sabiam que seriam observados. Era uma espécie de jogo social.

Em lugares mais afastados da areia e do mar, como as calçadas, os visitantes podiam se vestir com roupas que revelavam mais os corpos e, se estivessem com traje de banho, eram necessárias peças para complementar. A praia era local de moda, de expor os trajes de banho e os corpos. Para alguns banhistas conseguirem chegar até alguma praia na Zona Sul, era preciso

²⁶ De acordo com Chataignier (2010), o estilo *a la garçonne* tropical mantinha os cabelos escondidos sob o chapéu cloche ou uma boina caída de um lado só. Esse acessório, que combinava com calças bufantes, era semelhante àquele dos *garçons*, os rapazinhos. Usavam-se minivestidinhos sensuais ou, simplesmente, tubulares, sapatilhas e sapatinhos com pequenos saltos e pulseirinhas nos tornozelos. Aliás, a parte do corpo considerada fetiche, os seios, eram espremidos e as boquinhos rubras.

deslocar-se e, para tanto, foi preciso roupas específicas para cobrir mais o corpo, uma vez que não era apropriado andar pela cidade só com os trajes banho. A sociedade tentava se modernizar. No entanto, ainda havia características arcaicas.

[...] o hábito da praia fez com que o guarda-roupa feminino – e, em menor escala, também o masculino – aumentasse e se diversificasse: além dos trajes de banho, dos quais ainda constavam toucas e sapatilhas próprias para o banho de mar, era preciso contar com peças de vestuário especificamente criadas para os deslocamentos entre a cidade e o litoral, como roupões, capas e quimonos. Com o aumento do tempo de permanência ao ar livre e, conseqüentemente, de maior exposição ao sol, sombrinhas e guarda-sóis tornaram-se itens indispensáveis, assim como os chapéus, que adquiriram formatos próprios para a ocasião (FEIJÃO, 2016, p. 171).

No mar e na areia, era aceitável estar somente com os trajes de banhos, porém, caso fosse necessário fazer algum deslocamento maior ou em determinados horários, era preciso adicionar complementos. Feijão (2016, p. 172) ainda diz que esses complementos eram bem parecidos com o vestuário do dia a dia: “vestidos curtos e leves, que a moda propunha e as altas temperaturas incentivavam a usar, desvelavam corpos bronzeados e faziam com que o ambiente praiano se fizesse presente em diferentes locais e momentos do cotidiano da cidade”. A moda fora da praia beneficiava os corpos que ficaram expostos ao sol. Era sinônimo de *status* social ter tempo livre para usufruir do “banho de areia” nas praias da Zona Sul. Parte das roupas deixava a pele à mostra e, com isso, o tom bronzeado.

Na década de 1920, com o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), houve escassez de tecido e, assim, as roupas precisaram ser adaptadas ao novo contexto. Conforme Disitzer (2012), no cotidiano brasileiro, mesmo longe da efervescência de Paris, muitas mulheres passaram a exercer novos papéis sociais, construídos, de um lado, pelo quadro de transformação social visto em todo o mundo e, de outro, pelos conflitos da Primeira Guerra Mundial. A autora citada ainda completa afirmando: “[...] as saias encurtaram, as abas dos chapéus diminuíram e roupas exageradamente decoradas perderam o sentido diante das agruras da Guerra e do sofrimento provocado pelos combates. Era o fim do excesso de panos, golas e anáguas, que permitia ter a pele mais à mostra” (DISITZER, 2012, p. 25). Ou seja, eram peças mais simples e que possibilitavam com que algumas partes do corpo ficassem expostas, algo antes inadmissível.

O vestido mais formal, por exemplo, era feito com materiais requintados e a modelagem fazia com que ficassem bem colados ao corpo, o que poderia sugerir a nudez. A pele exposta por tecidos transparentes e decotes se estendeu até quase o final da década de 1930. Além de roupas

com decotes, também nessa década tivemos o auge dos esportes como exercícios de saúde e beleza. A moda inspirou-se em maiôs, calças de golfe e saias com as quais mulheres praticavam o tênis.

O grupo que se encaixava no trio – prática de esporte, corpo magro e frequentador das praias – era a juventude. Era o grupo que combinava com as características da modernidade: novos, tinham vivacidade, beleza e eram ágeis. “Vivia-se a toda velocidade, com o automóvel deixavam-se para trás os velhos coches, usava-se o álcool para repor as forças, anestesiava-se a fome e a consciência pesada com nicotina e ópio, e dançava-se até à exaustão. Na verdade, não existia melhor cura de emagrecimento” (SEELING, 2000, p. 93). A jovem moderna podia dançar com conforto, já que seu vestido não lhe pesava mais.

No recorte do período estudado, a moda adapta-se ao comportamento e ao corpo. Este, principalmente o feminino, aos poucos, se revela. Há uma liberdade aparente das mulheres que passam a vestir roupas mais leves, porém os cuidados com o corpo as mantêm presas aos princípios estéticos.

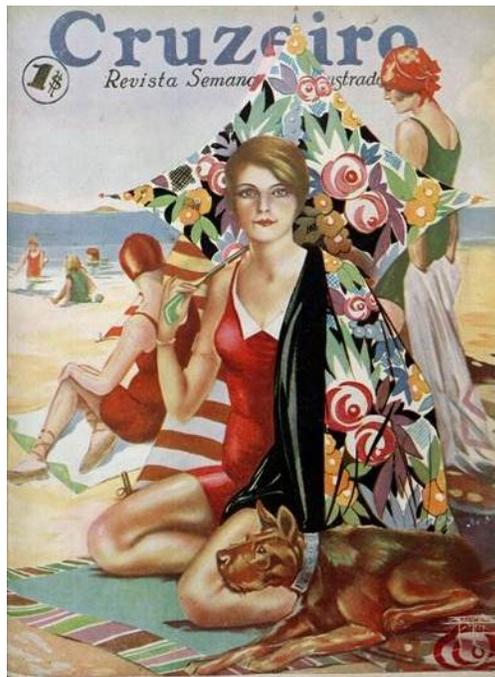
Com a pele mais exposta, o corpo também precisava estar preparado e bem apresentável. Um dos modismos utilizados no verão de 1940 foi a falsa blusa: uma peça no estilo frente-única, presa atrás do pescoço e com falso abotoamento. Ou seja, não era qualquer corpo que poderia se apresentar com essa moda. Ele deveria estar magro, definido e, de preferência, com um leve bronzeado. Com relação à moda praia, veremos que a preocupação corporal e estar dentro das tendências do que estava sendo usado no estrangeiro foram mantidos. As banhistas queriam se mostrar impecáveis e com trajes modernos. No entanto, nem sempre o traje de banho era adequado para usufruir do mar. Então, levantou-se uma lacuna do que era ideal ser utilizado na praia com relação à moda, lacuna esta que a revista tentou suprir divulgando de que maneira era adequado utilizar os trajes. Através das imagens, as mulheres tinham acesso aos detalhes da peça e a maneira correta de apresentar-se no espaço praiano.

3.3 A moda praia propagada pela revista

As reportagens da revista *O Cruzeiro* retrataram, constantemente, o tema praia em colunas de comportamento e moda, assim como nas fotografias e ilustrações. Tal tema era mostrado não apenas no verão, mas durante todo o ano, inclusive no inverno. De fato, o período mais explorado era o verão, cuja estação era mais propícia ao usufruto dos banhos de mar e outras atividades

relativas ao ambiente praiano. Dessa forma, a revista tornou-se espaço importante para a propagação da moda praia através de suas capas, impressas com ilustrações e fotografias da praia, constituindo um chamariz para seus leitores. Na figura a seguir (CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928), a primeira capa da revista que trouxe o tema praia, vemos banhistas ilustrados, com foco na mulher que leva também seu cachorro para desfrutar o ambiente.

Figura 14 – Primeira capa ilustrada com o motivo “praia” veiculada na revista *Cruzeiro*



Fonte: CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, capa.

Destarte, estudar a moda na praia através de imagens e ilustrações veiculadas em *O Cruzeiro* foi o recurso escolhido que auxiliará na tarefa de delinear como era a moda na praia com base nessa fonte. Assim, buscaremos compreender como o traje de banho, o corpo e a moda apareceram na parte visual da revista e como a elite carioca lidou com esses aspectos, pois era ela que estava retratada no periódico.

As fotografias que trouxeram a praia como cenário tornaram-se relevantes para a revista por vários motivos. Ajudaram a divulgar o Rio de Janeiro como uma cidade balneária, pois, até o início da década de XX, não havia esse objetivo, a praia era visitada apenas para a cura de doenças. Além disso, o espaço praiano era uma novidade na rotina dos cariocas. Então, abordar assuntos relacionados ao espaço atraía o público, afinal, os leitores queriam saber mais informações de como

se portar e se vestir para aproveitar o banho de mar. Ao divulgar imagens das praias, principalmente localizadas na Zona Sul, também reforçou-se que a cidade seguia os preceitos da modernidade. Sem contar que como ir à praia era uma tendência vinda do estrangeiro, para a revista, era importante mostrar que ela trazia as principais novidades aos brasileiros, estava atualizada. Praticamente toda semana, os leitores de todo o Brasil podiam ter contato com a praia, que passou a fazer parte da rotina, mesmo para quem nunca tinha visto o mar de perto.

As fotografias e ilustrações no ambiente da praia também estimulavam o padrão ideal de beleza: corpo bronzeado, atlético, os trajes de banho que estavam em voga e o comportamento dos banhistas. Os assuntos relacionados com a aparência vinham, na maioria das vezes, no periódico, ilustrados por uma foto ou desenho.

Para entender a importância da moda na praia para *O Cruzeiro*, procuramos na fonte as colunas de moda que trouxeram conselhos sobre esse tipo de vestimenta. Tais seções já foram estudadas por outras pesquisadoras, portanto, não está a cargo desta dissertação aprofundar-se no assunto²⁷. O objetivo aqui é apenas observar que a moda praia também era abordada nesses espaços.

A primeira coluna de moda veiculada na revista era denominada *Dona* (1928-1932), escrita por Madame Thérèse Clemenceau, correspondente de Paris, e trazia as principais novidades no que dizia respeito ao vestuário. A seção é composta por um texto descritivo que auxiliava a leitora a visualizar com detalhes o tipo de tecido, cores, aviamentos e modelagem das roupas que eram determinadas pela ocasião na qual seria utilizada. Na parte textual, *Dona* é composta na maioria das edições também por fotografias e ilustrações. A primeira aparição do tema na coluna tem por foco o maiô, intitulada *A mulher e o banho* (*O CRUZEIRO*, 15 de dezembro de 1928, p. 41). Na ocasião, Madame Clemenceau menciona que, nos primórdios, a moda nas praias de banho resumia-se em ocultar o corpo da mulher, escondido por baixo de tecidos grossos, sem preocupações com a beleza. No entanto, com o esporte, o preconceito com a nudez fica no passado e o corpo se desnuda. Com a natação, inaugura-se o maiô, e a temporada dos trajes de banho ficam cada vez mais grudados ao corpo.

²⁷ A coluna *Dona* e outras seções de moda da revista *O Cruzeiro* foram estudadas na dissertação da autora Laura Ferrazza (2009), intitulada *Vestida de Frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929 a 1948*. Já a coluna *Garotas* foi investigada por Daniela Queiroz (2010), em sua pesquisa *Espectros dos Anos Dourados: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna Garotas da revista O Cruzeiro (1950-1964)*, e na obra *Vamos, garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957)*, escrita por Gabriela Penna (2010).

A saia deixara de existir, ou reduzira-se a proporções tão microscópicas, que era como se não existisse. A fantasia dos costureiros havia de limitar-se às combinações das cores nos tecidos apropriados ao “maillot” e ao seu sobrio adorno. Os tons azul celeste, côm de rosa, bege, grenat, vermelho antigo, jade, malva, junquilha e verde logo triumpharam e se associaram aos “peignoirs” e “roupões”, em que melhor podia expandir-se a arte de vestir a mulher. Era uma esthetica nova e imprevista, que nos faz recordar com horror o antigo costume de banho, azul marinho, com golas descidas e guarnecidas de ancoras brancas (O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 41).

No mesmo texto, a colunista ainda explica que costureiros como Jean Patou e Paul Poiret, consagrados por seus vestidos de baile, também passaram a assinar modelos para a praia. No final da coluna, ela aconselha as banhistas que, ao escolher a roupa de praia, devem se preocupar com o colorido, de modo a harmonizá-lo com a idade, a estatura e a cor de pele e dos cabelos. O maiô criou uma atitude na qual o corpo estaria livre para se movimentar.

Figura 15 -Ilustração de mulheres na praia posando com trajés de banho, com cabelos curtos estilo *a la garçonne*



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 41.

Na ilustração acima, sem crédito, as mulheres estão em poses sensuais que afirmam a feminilidade, em contraste com o cabelo estilo *a la garçonne* que se aproximava do corte dos homens. Uma delas segura um guarda-sol; outra está com um lenço amarrado no braço e uma peça estilo colete complementando o traje; a maioria delas está com sapato, o que sugere que nesse momento ir à praia exigia uma série de aparatos. As personagens usam traje de banho feitos de tecido *jersey*²⁸, entre outros, e detalhes são descritos na legenda da revista, inclusive as cores, afinal, a imagem era preta e branca.

Na coluna *Dona*, as leitoras tinham a oportunidade de saber com detalhes o que estava sendo utilizado em Paris e, assim, adaptar ou mesmo copiar as peças descritas por Clemenceau. A revista vinha com moldes, o que permitia às mulheres confeccionar as próprias peças ou solicitar à costureira reproduções fiéis dos ensinamentos da correspondente.

Outra coluna de moda era de “Figurinos”. Circulou que semanalmente na seção “Para as mulheres” e foi assinada por Rachel, de 1938 a 1941, e, em dezembro de 1941, Alceu Penna assumiu a autoria. Há, entretanto, poucas informações sobre a colunista. Maria Claudia Bonadio (2008, p. 12) aponta que a única vez que a revista fez alguma menção à Rachel foi em uma repostagem, publicada em 23 de novembro de 1940, que “mostrava fotos da colunista, que segundo o texto vivia no Rio de Janeiro e frequentava o Jockey Club a fim de criar modelos inspirados nos vestidos usados pelas cariocas elegantes que frequentavam as corridas”.

A coluna é composta por ilustrações identificadas por um título e notas explicativas ou comentários. O que podemos presumir, como diz Laura Ferrazza (2009), é que a seção de Rachel retomou algumas temáticas exploradas por Madame Clemenceau. O exemplo mais categórico encontra-se na edição de 05 de outubro de 1940. Ao sugerir trajes para o *Footing em Ipanema*, a colunista sinalizou para a continuidade dessa prática e trouxe a referência explícita a um espaço para a sua realização. Rachel faz uma referência direta ao Brasil, especificamente ao Rio de Janeiro.

A garota elegante e sportiva do Rio de Janeiro já não procura a Avenida Rio Branco, como antigamente, para seu footing vespertino. No tempo do Alvear e do Cine Palais, de Francisca Bertini e Rodolpho Valentino, os sábados á tarde eram os dias escolhidos para exibição de toilettes. Hoje, porém, as calçadas de Copacabana e Ipanema servem de vitrine para que as meninas de 15 a 35 annos mostrem como possuem bom gosto e sabem escolher indumentarias bonitas, que combinam ás maravilhas com o moreno carioca, esta

²⁸ *Jersey* é um tecido de malha circular ou retilínea muito maleável e escorregadio, confeccionado em lã, seda, algodão ou fio sintético.

tonalidade inconfundível que Helena Rubinstein está querendo também para as “yankees” (O CRUZEIRO, 05 de outubro de 1940, p. 53).

Na ilustração a seguir, assinada por Rachel e trazida pela coluna, vemos jovens passeando pela orla de Ipanema, com vestidos aparentemente leves, que deixavam à mostra braços e parte das pernas. Todas estão com expressão de estarem se sentindo bem no ambiente e aproveitando o tempo para se divertirem. Mostra que havia outras opções de usufruir da praia além do banho de mar e de sol.

Figura 16 - Ilustração de jovens passeando pela orla da praia de Ipanema



Fonte: O CRUZEIRO, 05 de outubro de 1940, p. 53.

A moda praia é mostrada não só na coluna *Dona* e na seção assinada por Rachel, como também na coluna ilustrada *Garotas de Alceu*, que traz ilustrações do que deveria ser utilizado no ambiente na praia. As jovens influenciavam as leitoras na moda e no modo de agir. As garotas, geralmente, são jovens esbeltas e desenhadas em poses ousadas. No período de 1938 a 1964, as garotas estavam nas páginas de *O Cruzeiro* e também no imaginário de moças e rapazes, afinal, estimulavam a fantasia juvenil masculina ao mesmo tempo em que funcionavam como modelo de beleza e moda para as jovens moças (PENNA, 2010).

Em seus primeiros anos de publicação, a coluna era composta de duas páginas em cores e apresentou, semanalmente, uma diversidade de jovens ousadas, com textos bem-humorados, funcionando como diálogos pronunciados pelas personagens ilustradas. Além de ilustrações, a coluna é composta por legendas que complementam a parte visual. Os textos ficaram a cargo, inicialmente, de Accioly Neto (Lyto), depois ganharam assinatura de Millôr Fernandes (Vão Gôgo), Edgard Alencar (A. Ladino) e Maria Luiza Castelo Branco. As legendas também trazem características peculiares para a coluna.

As “Garotas” frequentam típicos programas da classe média do Rio, vão à praia e usam roupas curtas e ousadas. A primeira coluna *As Garotas*, intitulada *Garotas da praia* (O CRUZEIRO, 19 de novembro de 1938, p. 16), tem a praia como ambiente das personagens. A ligação entre *Garotas* e a praia é tão forte que o local foi o primeiro cenário da seção. E ele foi repetido muitas vezes ao longo da publicação da coluna²⁹.

Figura 17 - Primeira coluna *Garotas de Alceu* publicada na revista *O Cruzeiro*



Fonte: O CRUZEIRO, 19 de novembro de 1938, p. 16.

²⁹ Sobre o tema, ver mais em Penna (2010).

Na imagem, as garotas usam maiô decotados e justos, e algumas personagens vestem o modelo duas peças tomara que caia, tudo com diferente padronagens. Praticamente todo o corpo está exposto. Com relação aos acessórios, utilizam chapéus com aba grande e lenços na cabeça. As personagens são representadas por Alceu Penna em poses sensuais e as pernas em evidência são as protagonistas da cena. Os jovens têm o corpo definido e atlético. Há dois modelos de trajes, o macacão e o calção. Um dos meninos aparece vestido de traje branco, com um lenço, que era uma roupa indicada para passear no calçadão da praia. Era, geralmente, feita de tecido leve e de cor clara. Parte da cena ocorre na areia, onde os banhistas podiam conversar, paquerar e praticar atividade física.

Na legenda, vemos a ironia dos corpos cada vez com menos tecidos nas praias: “- Não elogiaste ainda o meu maillot novo, Alfredo! – Mas... se ainda não consegui ve-lo!” (O CRUZEIRO, 19 de novembro de 1938, p. 16). Ainda na coluna, a jovem fala: “- Olhe, depois vá dizer que não sou economica! Fiz um bello maillot e mais este lenço para a cabeça com meio metro de seda”. Mostra que as garotas podiam tudo, elas tinham corpo e atitude para utilizarem qualquer tamanho de traje de banho. Não é creditado o nome de quem escreve os textos, mas há a informação de que são frases que “o repórter” - possivelmente o próprio Alceu - ouviu em Copacabana, do posto 1 ao posto 6.

Os corpos desnudados libertavam-se em direção a uma nova e incerta realidade. Na praia, se desfrutava de liberações, tanto do ponto de vista das roupas, pelo uso de trajes de banho que mostravam partes do corpo normalmente escondidas, quanto da possibilidade de estar em contato com o sexo oposto, ver o corpo dos homens e exhibir o próprio. A praia, como era local onde havia certa liberdade, talvez tenha servido de território para as cariocas familiarizadas com a seção se permitirem a incorporar práticas e poses pertencentes às figuras de Alceu.

O interesse pela moda praia cresceu à medida que esse espaço, aos poucos, tornou-se sinônimo de modernidade e elegância, assim, a revista ajudou a disseminar informações sobre o assunto. Além das colunas, *O Cruzeiro* veiculou fotos de pessoas nas praias cariocas, o que colaborou para criar uma imagem positiva desses ambientes. Por meio das fotografias, também conseguimos fazer uma leitura daquilo que a revista propagou como sendo os hábitos de frequentar a praia e dos trajes de banho utilizados no período.

3.4 A imagem fotográfica

Ao iniciar uma reflexão sobre as fotografias na praia, é necessário, antes de tudo, compreender o que uma foto pode representar para a sociedade. O foco deste tópico será levantar a discussão do papel da imagem fotográfica para, posteriormente, adentrar nas figuras veiculadas na revista *O Cruzeiro* e perceber como os banhistas eram retratados nas praias, no período de 1928 a 1943. Serão observados alguns itens para a análise das fotos, que perpassam pelo ambiente, nitidez da fotografia, pose e outros recursos que a imagem oferecia ao leitor. Ana Maria Mauad (2005) explica que a fotografia é bidimensional, plana, com cores que em nada reproduzem a realidade – quando não é em preto-e-branco. A fotografia pode ser considerada como mero efeito do real.

Entre o objeto e sua representação fotográfica, trabalha-se uma série de ações convencionalizadas, tanto cultural como historicamente. Há de se considerar a fotografia como uma determinada escolha, armazenando nessa atitude uma relação com a visão de mundo daquele que aperta o botão e faz o clique. É por considerar todos esses aspectos que as fotografias mexem com diferentes sentimentos: impressionam, comovem, incomodam (MAUAD, 2005). A fotografia é um recorte porque existe o olhar de alguém por trás da máquina. Ela é fruto da relação da modernidade com a vida cotidiana e fez com que as pessoas criassem uma nova relação com o tempo:

A fotografia, com baixo custo e disponibilidade, democratizou a imagem visual e criou uma nova relação com o espaço e o tempo no passado. Pela primeira vez, foi possível que uma pessoa comum poderia registrar com precisão a sua vida e criar arquivos pessoais para as gerações futuras (MIRZOEFF, 2003, p. 101, tradução nossa)³⁰.

A foto permite o congelamento de uma cena do presente e servirá de arquivo no futuro, ou seja, é possível guardar um momento. Mitchell (2009) define metaforicamente que as imagens querem ser beijadas. O autor considera o beijo um gesto de incorporação da vontade de engolir o outro sem matá-lo. Então, é como se elas quisessem ser sentidas por aqueles inseridos no ritual de

³⁰ La fotografía, con su bajo coste y disponibilidad, democratizó la imagen visual y creó una nueva relación con el espacio y tiempo del pasado. Por primera vez, era posible que una persona normal y corriente pudiera grabar su vida con exactitud y crear archivos personales para futuras generaciones (MIRZOEFF, 2003, p. 101).

observá-las. Entretanto, o autor fala que os beijos são viciantes dos dois lados – pelo do desejo do adorador e pela demanda do ícone. Há um envolvimento daquele que tem acesso à imagem.

Há aquelas que se inserem na definição de materiais que são concretas. É possível pegá-las e usá-las como um objeto de decoração, por exemplo. E há imagens imateriais que aparecem na mente, nos sonhos, memórias ou quando se lê um texto e imagina-se aquilo que está sendo contado. Levando em conta a revista *O Cruzeiro*, há a imagem material, que seriam as fotografias e ilustrações, e as imagens imateriais, por exemplo, com a descrição oferecida pelas colunas de comportamento e, assim, as leitoras podiam conceber o que estava sendo dito. Na opinião de Mitchell (2009, p. 6), “é parte da ontologia fundamental das imagens que elas sejam tanto materiais quanto imateriais, tanto corporificadas em objetos e lugares particulares quanto migrando eternamente através das fronteiras e corpos da mídia”.

Segundo Mauad (2005), ao analisar uma fotografia, é possível utilizar os princípios da Semiótica, que oferece mecanismos para a compreensão da produção de sentido. Assimilar a fotografia é como uma mensagem significativa que se realiza com o tempo, dialogando com os elementos da cultura material que a produz. A fotografia é uma fonte histórica. O testemunho é válido, não importando se o registro fotográfico foi feito para documentar um fato ou representar um estilo de vida.

Uma foto não é apenas o resultado de um encontro entre um evento e um fotógrafo. A onipresença de câmeras sugere que o tempo consiste em eventos significativos, dignos de serem fotografados. Isso torna fácil sentir que qualquer evento, uma vez em curso, e qualquer que seja seu caráter moral, deve ter caminho livre para prosseguir até se completar – de modo que outra coisa possa vir ao mundo: a foto. Após o fim do evento, a foto ainda existirá, conferindo ao evento uma espécie de imortalidade que de outro modo ele jamais desfrutaria (SONTAG, 2004).

Os textos visuais, entre eles, a fotografia, são resultado da combinação de expressão e conteúdo que envolvem alguns itens: o autor, o texto e o leitor. Tratando-se da fotografia, é claro, o papel de autor atribuído ao fotógrafo. O leitor fará a leitura daquela imagem de acordo com a sua bagagem de conhecimento. A fotografia trabalha com um jogo de signos que precisa de referências para a compreensão. Portanto, cada receptor alcançará um nível de interpretação.

Para o entendimento da imagem fotográfica pelo leitor, existe um nível interno à superfície do texto visual, originado a partir das estruturas espaciais que constituem o texto, de caráter não-verbal. E o nível externo à superfície do texto visual aparece a partir de aproximações e inferências

com outros textos da mesma época, inclusive de natureza verbal. Nesse nível, pode-se descobrir temas conhecidos e induzir informações implícitas (MAUAD, 2005).

Na qualidade de texto, que pressupõe competências para sua produção e leitura, a fotografia deve ser concebida como uma mensagem quase organizada a partir de dois segmentos: expressão e conteúdo. O primeiro envolve escolhas técnicas e estéticas, como enquadramento, iluminação, definição da imagem, contraste, cor, entre outros. Já o segundo é determinado pelo conjunto de pessoas, objetos, lugares e vivências que compõem a fotografia. Ambos os segmentos se correspondem no processo contínuo de produção de sentido, sendo possível separá-los para fins de análise, mas compreendê-los somente como um todo integrado (MAUAD, 2005).

A fotografia veiculada na imprensa que iremos analisar é diferente da fotografia “artística”. Uma vez que a fotografia se dá por um análogo mecânico do real, sua mensagem primeira enche de algum modo plenamente sua substância e não deixa nenhum lugar ao desenvolvimento da mensagem segunda. A fotografia, para ser veiculada na imprensa, trabalha com a ideia de objetividade, para que a mensagem chegue ao leitor da maneira mais clara possível (BARTHES, 1990).

A fotografia, na verdade, tinha relevância na revista, mas ela não se bastava sozinha. Se levarmos em consideração o fotojornalismo, o trabalho precisa da imagem e do texto para acontecer, há uma interdependência entre os pontos. Um complementa o outro. “Não é possível pensar o fotojornalismo sem levar em conta o contexto de publicação das imagens, pois elas só adquirem seu pleno significado na inter-relação com os outros elementos” (COSTA, 1992, p. 88).

A fotografia de imprensa é uma mensagem. A totalidade dessa mensagem é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor. Roland Barthes (1990) explica que a fonte emissora é a redação do jornal, o grupo de técnicos, entre os quais uns batem a foto, outros a escolhem, a compõem, a tratam, e outros, enfim, a intitulam, preparam uma legenda para ela e a comentam. O meio receptor é o público que lê o jornal. E o canal de transmissão é o próprio jornal.

A partir desse entendimento mais amplo da fotografia, será possível a análise de fotos feitas nas praias, veiculadas em *O Cruzeiro*. A intenção será unir essas miniaturas da realidade para recuperar parte da trajetória da moda praia a partir das imagens fotográficas veiculadas na revista.

3.4.1 Análise das fotografias de moda praia

A fotografia dentro da revista *O Cruzeiro*, com foco na praia, tinha a função também de propagar a moda, mesmo que implicitamente. Há um entrelaçamento entre moda e fotografia. Possivelmente, as imagens que veremos não tinham a pretensão de serem fotografias de moda, mas, neste momento, elas acabam servindo para tal fim.

Nas fotografias de moda na praia, visualizamos as transformações dos trajes de banho, os acessórios presentes no ambiente e de que forma as banhistas os utilizavam. Não há muitas publicações que tratam especificamente do tema trajes de banho no Brasil.

O método utilizado para a análise das fotografias veiculadas na revista *O Cruzeiro* será a análise de séries fotográficas proposta por Ana Maria Mauad (2005). A autora explica que o primeiro passo é compreender que, em uma determinada sociedade, existem diversos códigos e níveis de codificação que fornecem significado através de códigos elaborados na prática social. O segundo é ver a fotografia como resultado de um processo de formação de sentido, que comunica-se por meio de mensagens não-verbais, cujo signo constitutivo é a imagem. O terceiro passo é perceber que a relação descrita no segundo não é automática, posto que para o sujeito que olha a imagem, que elabora, ainda existe o significado, dependente de todo um processo de investimento de sentido que deve ser avaliado.

As imagens diante de uma determinada sociedade passam pela percepção do olhar de quem a produz e de quem a recebe. Geralmente, os olhares possuem percepções aproximadas. Tânia Vicente (2000) assinala que uma imagem traz interpretações diversas, mesmo aquelas produzidas por sujeitos que participam do mesmo tempo histórico e grupo cultural são capazes de recriar sentidos e significados. Através do compartilhamento da percepção das imagens visuais é que percebemos e formamos séries conexas de imagens.

A ideia de séries conexas pode ser entendida como características que fazem daquelas fotos uma família, uma unidade, e que são reconhecidas pela sociedade. Essas séries conexas permitem, por meio das semelhanças, interpretar as imagens, possibilitando o reconhecimento de analogias entre elas. Analogias possíveis de serem detectadas devido ao nosso pré-conhecimento ou reconhecimento adquirido do referente, do processo cultural que as produziu e, de uma maneira mais imperceptível, devido a nossa própria inserção nesse processo de produção (VICENTE, 2000).

Interpretar, então, quer dizer fazer ver certas correspondências entre os símbolos daquela imagem que refletirá um comportamento. É trazer à tona hipóteses acerca de uma fotografia através dos dados que foram observados. Vale ressaltar que uma imagem pode ter diversos significados, como diz Vicente (2000), o que confere ao analista o estatuto de autor de novas interpretações.

Primeiramente, a série que selecionamos são fotos que ilustram reportagens que retrataram o ambiente da praia no período de 1928 a 1943. Logo em seguida, reunimos as imagens por características aproximadas no que diz respeito à questão da moda e, assim, as fazemos semelhantes. Outro aspecto que faz com que as fotos escolhidas formem um conjunto: em sua maioria, os fotógrafos não são creditados, o que mostra que trata-se de um período de profissionais “menos celebrados” e que, muitas vezes, assinaram apenas com o sobrenome, dificultando a identificação. Dessa forma, é possível criar uma narrativa e traçar como a moda praia foi retratada no período estudado. Netto (1998) conta que os jornalistas eram jovens dinâmicos e audaciosos. Em sua maioria, eram ao mesmo tempo repórteres e fotógrafos, uma especialidade polivalente e nova naquela época, o que lhes facilitava o trabalho.

Percebe-se que, no primeiro ano de circulação da revista, ao analisar as fotos do impresso, houve veiculação de imagens panorâmicas da praia e não tanto foco nas pessoas, talvez para que o leitor pudesse conhecer melhor aquele espaço e, com isso, aos poucos, sentir uma familiaridade em relação a ele. Nesse momento, a praia já tinha recebido uma estrutura e acessórios que pudessem receber os banhistas.

Na fotografia inserida na matéria a seguir, *Festa das sombrinhas* (O CRUZEIRO, 21 de novembro de 1928, p. 7), não creditada, vemos que a praia vai além do banho de mar e de sol. Parte dos banhistas está em contato com a água ou próxima a ela. Alguns estão de frente para o mar, contemplando a paisagem. Outros, de costas para a água, conversando entre si, o que nos leva a supor que as interações sociais eram tão importantes quanto os prazeres físicos que o ambiente proporcionava. Feijão (2016) sugere que o espaço abrigava, portanto, diferentes intenções de lazer, que conviviam e se organizavam sem que fosse necessário dividi-lo formalmente.

Figura 18 - Praia de Copacabana em frente ao Praia Club, com presença de vários banhistas



Fonte: O CRUZEIRO, 21 de novembro de 1928, p. 7.

Na fotografia, vemos o agrupamento de banhistas embaixo de sombrinhas e um grupo maior protegido por uma tenda do Praia Club, o que já marca uma divisão social, pois, provavelmente, essa tenda só poderia ser utilizada por associados do clube em questão. Conseguimos observar também homens vestindo maiôs sem estampa ou listrados³¹, uma das opções de roupa masculina no período, ou calção, que deixava a parte superior mais exposta. Chamam atenção duas mulheres que passam com capas que serviam de complemento para quando precisassem caminhar para algum lugar mais distante do mar. Elas, geralmente, eram feitas de tecidos leves e claros, e ajudavam a cobrir o corpo fora daquele espaço. A peça também podia ser encontrada lisa ou com estampa. Era uma forma de seguir os preceitos morais, de manter o corpo coberto.

No mesmo ano, na edição especial sobre as praias cariocas, publicada em 15 de dezembro de 1928, a matéria *A praia de Copacabana* mostra mulheres vestidas de traje de banho, maiôs que cobrem os bustos, e uma saída de praia parecida com um *quimono*³², que servia de complemento assim como as capas. A peça tinha a vantagem de servir também como toalha: mesmo que,

³¹ As listras faziam parte do uniforme de marinheiros e, quando a sociedade descobriu os prazeres dos banhos de mar, a estampa passou a fazer parte dos trajes de banho. Quando os banhos tinham finalidade terapêutica, os médicos recomendavam o uso de roupas brancas, no entanto, elas ficavam transparentes quando molhadas. Assim, aparece o traje listrado na moda praia e torna-se um clássico.

³² O quimono é uma vestimenta tradicional japonesa utilizada por mulheres, homens e crianças. A palavra "kimono" é utilizada para denotar o nome destes longos roupões.

possivelmente, fosse feita com tecido leve, absorvia a umidade após o banho de mar e protegia a pele do sol. A saída de praia era uma peça mais solta e que se fechava com um cinto de tecido sobre a cintura. O comprimento dessa peça, geralmente, era um pouco abaixo dos joelhos. Além de servir como complemento, era uma maneira da banhista quebrar um pouco da monotonia dos trajes de banho lisos e sem detalhes. Percebe-se que os complementos utilizados por três banhistas têm uma variedade de estampas. Usar a moda praia estava relacionado também a certo conforto que aquela peça produziria ao corpo e, ao ornamentá-lo, revelava pertencimento à cultura praiana.

Figura 19 - Banhistas na praia de Copacabana utilizando saídas de banho



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 17.

Sobre a mesma imagem (Figura 19), com relação ao acessório, as banhistas o seguram e uma delas usa grandes chapéus, provavelmente de palha, que podem ser presos na cabeça por uma corda para deixar o chapéu mais seguro quando fosse colocado, até para protegê-lo caso ocorresse um vento, por exemplo. Esse tipo de chapéu era feito de tons neutros, o que ajudava a não esquentar a cabeça, afinal, as cores claras não absorvem tanto calor. Além de leve também ajudava a bloquear o sol. Uma das banhistas usa um lenço que prende um pouco o cabelo e cobre parte da cabeça e esconde do sol. O uso dos acessórios na praia também podia servir de diferenciador social entre as

cariocas que a frequentavam. Era uma maneira de mostrar que tinham dinheiro para gastar com as peças. Ou seja, para estar naquele ambiente era preciso investimento financeiro. A foto não possui legenda, mas, provavelmente, as banhistas tenham vestido as saídas de banho para posar para o fotógrafo.

Na próxima fotografia, inserida na matéria *Posto 4* (O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 7), também vemos a praia de Copacabana de forma mais panorâmica assim como na Figura 18. Na foto, que também não identifica o fotógrafo, vemos, além de adultos, uma criança. Nota-se que o traje de banho utilizado é bem parecido com o de seus responsáveis, o maiô. Além disso, há outros tipos de chapéus com abas mais curtas. Outra percepção sobre a moda é que não só o traje de banho da mulher tinha detalhes, mas dos homens também, como cintos e estampas listradas, que é algo, desde o século XIX, associado à roupa de praia.

Figura 20 - Banhistas reunidos no Posto 4 na praia de Copacabana



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 7.

Na mesma matéria, temos outra fotografia, sem crédito, na qual há três banhistas usando toucas, adorno utilizado pelas mulheres que praticavam natação. A revista já trazia esse acessório como tendência – veremos mais adiante que as atrizes já o utilizavam. Além de proteger os cabelos e o couro cabeludo do sol, ainda facilitavam o banho de mar. Outro diferencial que temos nesta imagem são os maiôs com gola, mais um detalhe na peça, e que não tinha função alguma que auxiliasse no banho de mar. Geralmente, o tecido dos maiôs no ano de 1928 ainda era a lã, que já apresentava certa elasticidade (DISITZER, 2012). Já outra banhista, de pé, veste um traje de banho

com gola “v”, não muito profundo, e um tecido nas costas, provavelmente uma capa. Uma delas coloca um tecido nas pernas que deve ser para proteger essa parte do corpo do sol.

Figura 21 - Foto colocando em evidência as banhistas na praia de Copacabana



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 7.

As mulheres da imagem usam o corte de cabelo *a la garçonne*, um modelo propagado na década de 1920, após Primeira Guerra Mundial, como já descrito. Os trajes de banho femininos, que antes eram mais largos, ficaram mais aderentes ao corpo. No entanto, ainda não eram ideais, o material era um tecido bastante consistente de malha ou lã, o que dificultava os movimentos.

Como observamos na imagem anterior, o foco de interesse foi transferido para a areia, onde, pelo que percebemos nas poses inspiradas pelas revistas e pelo cinema, jovens em trajes de banho tornaram-se as grandes protagonistas das cenas praianas. A maior parte dos *closets* são das mulheres, os homens ficam em segundo plano. Em 1929, o assunto principal das fotografias passa a ser a paisagem humana: os indivíduos que frequentavam as praias agora são a parte mais importante da cena. O plano escolhido é menos amplo e focaliza com nitidez não apenas as silhuetas, mas também rostos, sorrisos e olhares. Porém, não necessariamente havia a identificação nominal dos personagens em legendas.

Nas imagens a seguir, feitas por Edgar Medina³³, na matéria *O verão em Copacabana* (O CRUZEIRO, 20 janeiro de 1934, p. 46), os banhistas posam para a foto na areia da praia. Na primeira imagem, os banhistas estão, aparentemente, sem muita proteção contra o sol, mas se mostram felizes para as fotos.. É possível ver na fotografia um chapéu ao lado da banhista que, provavelmente, tinha-o levado para esse fim, apesar de não o utilizar.

Figura 22 - A imagem feita pelo fotógrafo Medina mostra banhistas posando na areia



Fonte: O CRUZEIRO, 20 de janeiro 1934, p. 46. Foto: Medina.

As banhistas retratadas na foto (Figura 22) também estão com o cabelo curto estilo *a la garçonne*, vestidas com o traje de peça única, o maiô. A peça, nesse período, se assemelha a um vestido, porém, por baixo, provavelmente a banhista usava um pequeno *short* de cintura alta. Conseguimos pressupor esse detalhe através das mudanças sofridas pelo traje de banho. O decote da peça ainda permanece alto. Porém, a modelagem do traje deixa ombros, braços e pernas das banhistas à mostra, o que já era um grande avanço para as mulheres, que podiam se sentir mais livres nesse ambiente. Com relação aos homens, eles podiam usar o corpo mais exposto. O traje de banho era um *short*, estilo calção, ou o macacão, como vimos em fotos anteriores.

³³

Edgar Medina era um dos únicos fotógrafos contratados da revista.

Ao observar o tecido dos maiôs, percebemos que eles ainda não eram tão próximos ao corpo, pois estão enrugados na região do abdômen. Isso pode ser explicado pelo tipo de matéria-prima que compunha as peças. Os tecidos ainda eram pesados, pois absorviam a água, não eram apropriados para o banho de mar. A modernização do maiô, levando em consideração a matéria-prima, começou com o *Lastex*³⁴. Confeccionados em jérsei de lã, *Lastex* e algodão, tecidos mais leves, as matérias-primas tornaram o maiô inteiro e mais colado ao corpo. Assim como na imagem anterior, a maioria das cenas retratadas nas praias se passa na areia³⁵.

Na mesma matéria (O CRUZEIRO, 20 de janeiro 1934, p. 46), podemos ver essa situação na qual duas banhistas posam para o fotógrafo. Com relação à moda, também estão com o cabelo curto, em voga no momento, e vestem maiô com uma modelagem parecida a da foto anterior. O que diferencia é a estampa listrada na diagonal e o cinto que traz um detalhe, marcando a cintura. A padronagem listrada é uma das mais vistas nos trajes de banho do período, tanto para os homens quanto paramulheres.

Na Figura 23, as banhistas vestem o mesmo modelo do traje, o que modifica é a ordem das cores, que na legenda não está especificada. O maiô assemelha-se a um macaquinho, o tecido está mais justo ao corpo e o decote um pouco mais profundo, o que deixa as curvas do corpo mais marcadas e, por isso, aumenta a necessidade de estar com ele esbelto e de acordo com os padrões de beleza.

³⁴ Para Disitzer (2012,) *Lastex* foi o primeiro fio têxtil elastomérico, desenvolvido pe U.S. Rubber Company e lançado no mercado estadunidense em 1931. No Brasil, chega por volta de 1933. Ele é feito de fios de borracha cobertos por outros fios, como algodão ou rayon. Aos poucos, foi substituído pelo náilon, pois possuía mais resistência, brilho e elasticidade, o que realçava cintura e quadris ao se ajustar melhor ao corpo. A autora ainda discorre que por serem mais caras, as peças de náilon eram feitas sob medida, em geral, para *pinups* e atrizes de Hollywood. Gaspar (2004) revela que o *Lastex* derrubou barreiras de comportamento. Ele adaptava melhor no corpo feminino e, com isso, permitia cortes mais justos. Por conta dos modelos influenciados por tecidos mais grossos, havia uma estrutura franzida com elástico nas peças de *Lastex* que fixava a modelagem, evitando, ao sair da água, que os fundilhos virassem coador de areia, como acontecia com o maiô de lã. O tecido mais elástico também facilitava na movimentação e prática de esportes.

³⁵ Rosane Feijão (2016) fala que a areia era onde jovens faziam poses provocantes, expondo as pernas ao sol e às câmeras que, com frequência, enquadravam esta parte feminina em primeiro plano. A autora analisa em sua tese as revistas ilustradas *Careta*, *Fon-Fon* e *Para Todos*, e o jornal *Beira-Mar*, mas, nesse aspecto, podemos aplicar em *O Cruzeiro*.

Figura 23 - Duas banhistas em Copacabana posam com traje de banho na areia



Fonte: O CRUZEIRO, 20 de janeiro 1934, p 43. Foto: Medina.

Ao olhar para a foto, a impressão é que as banhistas estão de batom, o que representa a preparação para se apresentar na praia. Uma delas está usando sapato, algo comum nesse ambiente, pois protegia os pés da areia quente. Era comum que eles fossem feitos de lona e com solado de corda (DISITZER, 2012). As cenas (Figuras 22 e 23) também dialogam, pois as mulheres aparecem em primeiro plano. A pose feita, além do recorte dado pelo fotógrafo, coloca em evidência as pernas das banhistas. O ângulo sugere também que a parte do corpo em destaque está depilada, dentro dos princípios da mulher moderna e das dicas trazidas nas colunas de moda da revista, como já foi falado no capítulo 2.

No mesmo ano, 1934, foi realizado o concurso de beleza chamado *Concurso de Maillots* (O CRUZEIRO, 03 de fevereiro de 1934), que selecionaria as mais belas banhistas e todas deveriam se apresentar de maiô, pois ele também seria julgado. Isso sugere que o maiô era um item de sucesso nas praias. O evento foi promovido pela revista *Fon-Fon*, apoiado pelo impresso *Beira-Mar* e *O Cruzeiro*. Como podemos ver na imagem, os maiôs eram ousados, com recortes e decotes mais profundos do que os modelos vistos até então. O modelo utilizado por Celeste Esteves, que ficou em segundo lugar no concurso, chama atenção pelos detalhes vazados na região da barriga, peça audaciosa para o período. A candidata que ficou em primeiro foi Rosalina Ripper, porém não é indicada na legenda. A nota da fotografia diz que os modelos foram confeccionados e oferecidos para essa festa pela Casa René, localizada, à época, na Avenida Rio Branco, 161.

Figura 24 - Candidatas ao *Concurso de Maillots* promovido pela revista *Fon-Fon*, em 1934

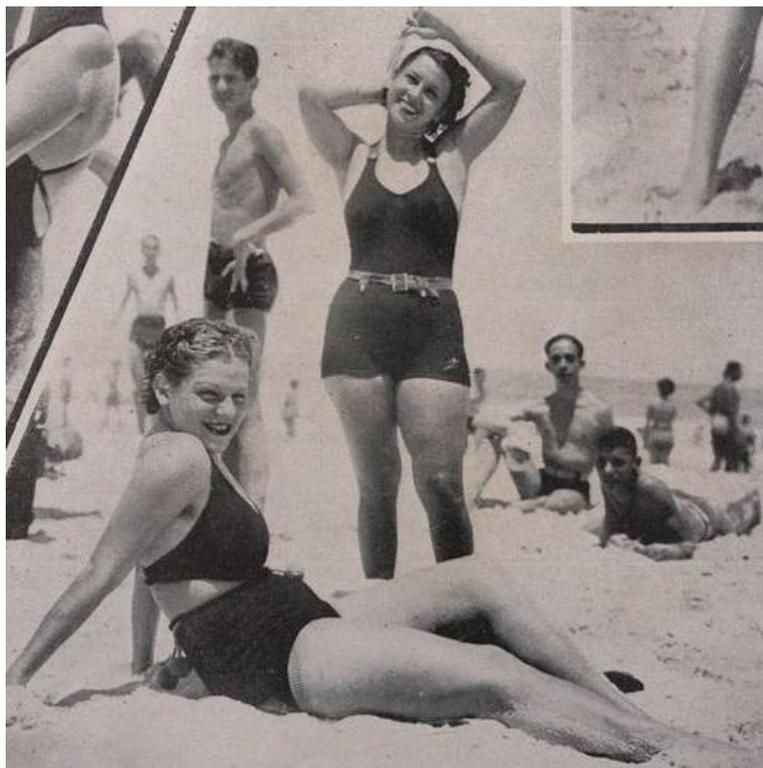


Fonte: O CRUZEIRO, 3 de fevereiro de 1934, p. 11.

Os recortes nos maiôs não apareceram só no concurso de beleza, também de forma mais discreta já estavam nos corpos das banhistas. Na Figura 25, inserida na coluna *Copacabana* (O CRUZEIRO, 21 de novembro de 1936, p. 19), clicada por Medina, atentamos para duas banhistas que parecem estar de cabelos molhados, após o banho de mar. O maiô é justo ao corpo, o que marca as curvas dessas mulheres, sendo que um dos modelos tem um recorte que deixa parte da lateral da barriga e as costas descobertas. Isso mostra que os trajes ficaram cada vez menores, mais apropriados para a movimentação. Observando a expressão e a atitude das banhistas, vemos que a praia continuou sendo mostrada como algo positivo.

Os rapazes ao fundo da foto observam as mulheres, inclusive se posicionam na areia de maneira que facilita a visualização. É como se as banhistas fossem objeto de desejo daqueles rapazes. Talvez estejam impressionados com o gestual e a possibilidade de ver as formas do corpo feminino, principalmente quando molhados, uma vez que os trajes de banho delineavam as curvas.

Figura 25 - Banhistas na areia após o banho de mar



Fonte: O CRUZEIRO, 21 de novembro de 1936, p. 19.

No ano seguinte, em *Fim de Verão* (O CRUZEIRO, 27 de março de 1937, p. 23), o calor é anunciado e as praias estavam cada vez mais cheias de banhistas. Três jovens passeiam pelas areias de Copacabana, cada uma com um estilo de traje de banho, tomando sorvete, transmitindo a ideia de prazer e bem-estar. Na imagem, não é informado o crédito do fotógrafo. As três banhistas estão de maiô. A primeira e a segunda estão com decote frente única, sendo que um é sem estampa, porém há o detalhe do cinto de corda com pompons, e a outra com a parte de cima listrada. A estampa listrada era tradicional e a mais utilizada nesse momento. O traje da última banhista é liso, sem detalhes e com decote redondo levemente aprofundado. Todas utilizam os sapatos de praia. Além disso, uma das moças usa óculos de sol, acessório comum no ambiente. Os corpos são jovens e magros como o exigido pelo padrão do período.

Figura 26 - Três banhistas passeiam sorridentes tomando sorvete pelas areias de Copacabana



Fonte: O CRUZEIRO, 27 de março de 1937 p. 23.

Na foto, o clima é de descontração entre as mulheres. O prazer da sensação de experimentar o sorvete pode ser relacionado com a mistura de sensações que a praia proporciona aos banhistas. Estar na praia, ao menos em tese, é desfrutar do lazer, do tempo livre, de deixar as preocupações de lado, sentir a liberdade de ter o corpo com trajés mais leves e experimentar novas sensações.

Porém, não é apenas no verão que as mulheres frequentavam as praias. No inverno, o assunto também aparecia nas páginas da revista *O Cruzeiro*. A foto a seguir pertence à matéria *Um maillot para... inverno!* (O CRUZEIRO, 01 de agosto de 1942), na qual é apresentado um maiô específico para o inverno, lançado na Califórnia. Ele era feito de lã na parte superior e de peles na inferior. Para dar acabamento à peça, há o debrum. O texto informa que não é possível afirmar se essa moda seria adotada entre os cariocas, mas, de qualquer modo, vinha dos Estados Unidos e trazer esse tipo de informação mostrava que a revista estava atenta às novidades. A foto é feita por Longworth.

Figura 27 - A atriz Lorraine Gettman, da Warner Bros., posando com maiô de inverno



Fonte: O CRUZEIRO, 01 de agosto de 1942, p. 11.

Ainda sobre a fotografia, notamos como é importante a legenda descrevendo como era feito o maiô. Somente com a visualização da foto não há como definir os materiais de que é composta a peça. O ângulo da imagem, mesmo com a atriz deitada, permanece com o foco nas pernas, ou seja, podemos presumir que esse estilo de foto era uma tendência vinda do estrangeiro que foi trazida para as páginas da revista. Mais à frente, observaremos outras influências das estrelas do cinema. A atriz está com expressão de felicidade e parece confortável com o traje.

De acordo com Feijão (2016), a revista disseminou imagens de sorridentes banhistas à beira-mar, deixando claro que aqueles eram momentos de descontração e prazer. Os possíveis desconfortos, causados pelas temperaturas excessivamente altas ou pelo contato da areia com a pele, eram omitidos e naturalizados para que não se constituíssem como empecilhos aos momentos de diversão e alegria. Um lazer baseado nas sensações que o corpo extraía da natureza e do compartilhamento dessas sensações com outros banhistas.

A reportagem de Marcio Cunha, *Verão em Copacabana* (O CRUZEIRO, 13 de fevereiro de 1943, p. 24), é composta por fotografias de banhistas deitadas na areia, sem nenhum tipo de

proteção, com a intenção de bronzear a pele. Na primeira imagem, vemos o cabo do guarda-sol, porém a banhista não está na sombra oferecida por ele. Entendemos, então, que a proposta da foto foi sugerir que, para se divertir na praia, era simples, bastava encontrar algum conhecido e passar o dia conversando.

Figura 28 – Banhistas, na praia de Copacabana, deitadas na areia



Fonte: O CRUZEIRO, 13 de fevereiro de 1943, p. 24.

Ao ver as imagens, há uma entrega total, pois não só em três delas as banhistas estão sem guarda-sol, como estão em todas as imagens deitadas sobre a areia. O uso do filtro solar não existia no período, por isso, na revista, não encontramos anúncios de cremes de proteção solar nem receitas caseiras que ensinassem a proteger o corpo. Durante muito tempo, o sol era algo a ser fruído, visto como positivo³⁶.

³⁶ O primeiro protetor eficaz foi desenvolvido pelo farmacêutico estadunidense Benjamin Greene, em 1944, após observar as queimaduras na pele dos soldados que voltavam da Segunda Guerra Mundial. Nos anos de 1950, surgiram os protetores químicos, cujo aperfeiçoamento resultou nos protetores utilizados atualmente, bem mais fáceis de espalhar, não deixando o corpo melado ou brilhante. Já na década de 1960, quando os protetores industrializados eram pouco conhecidos e a exposição à luz solar não representava tanto perigo como hoje, os banhistas só pensavam no assunto quando a pele começava a arder. Para aliviar a dor, recorria-se a formas mais criativas, como o uso do vinagre, no Brasil. A empresa estadunidense Coppertone lançou, em 1980, o primeiro protetor solar com proteção UVA/UVB, e a indústria dos cosméticos passou a incorporar a suas formulações substâncias que promoviam proteção a radiações solares. A primeira marca de protetor solar foi introduzida no Brasil, em 1984, pela empresa Johnson & Johnson. A

Acerca da moda praia na Figura 28, na série de fotos, as banhistas vestem maiô e duas delas estão com o traje de duas peças. Um maiô que chama atenção é o tomara que caia, modelo que ficou famoso nos anos 1940, usados com cinto, que ressaltava o corpo violão e a cinturinha de pilão (DISITZER, 2012). A peça deixa a pele, especialmente o colo, ainda mais à mostra. Interessante que a marca de sol com essa modelagem era diferente, o que poderia servir como um diferenciador entre as banhistas, dando a entender, de forma sutil, que quem já tinha esse modelo, uma novidade, era uma mulher atendida às tendências. Além disso, vemos mais opções de estampas. As banhistas também usam acessórios: bolsa e lenço na cabeça, que compunham a produção e o lenço ajudava a proteger o cabelo do sol. As mudanças dos trajes de banho também refletiram no processo de modificação dos costumes. Era preciso aprender a lidar com o corpo menos coberto. O uso da roupa de banho também era uma conquista diante aos princípios modernos.

Portanto, um corpo bronzeado e, de certo modo, “à mostra” exigia roupas e acessórios especiais (SOARES, 2011). Ao analisar as fotografias na praia no período de 1928 a 1943, vemos uma influência direta dos trajes, adornos e poses das atrizes de Hollywood. *O Cruzeiro*, desde seu surgimento, trouxe matérias com fotos e legendas sobre o que as estrelas usavam nesse ambiente.

3.4 De onde vinham as novidades de moda praia?

Ao observarmos a coluna de moda *Dona*, presente na revista *O Cruzeiro*, podemos perceber algumas referências sobre de onde surgiam as novidades de moda ali apontadas, quando se falava um pouco sobre o assunto ou em algumas matérias esporádicas. Como já apontado anteriormente, as estrelas de Hollywood tinham uma imagem forte na mídia, especialmente na década de 1930, funcionando como uma estratégia de *marketing* – o que usavam era motivo de desejo e elas eram fonte propagadora do que seria utilizado com relação à moda. Não eram apenas roupas, mas também comportamento. Assim como ao analisar as imagens das banhistas no tópico anterior, veremos neste item as fotos que *O Cruzeiro* publicou das atrizes. Observaremos uma influência direta, trajes muito parecidos, corpos esbeltos e fotos posadas, assim como as das banhistas.

marca Sundown possuía protetores com fatores de proteção FPS 4, 8 e 15, e foi responsável pelo conceito de FPS no mercado brasileiro, ensinando e sensibilizando as pessoas sobre a necessidade de proteção a radiações solares (SILVA et al., 2015). Antes disso, os brasileiros tinham que apelar para técnicas caseiras ou comprar o produto que, provavelmente, devia ser caro e poucos tinham acesso. Então, a pele fora da sombra realmente ficava desprotegida.

Provavelmente, no quesito moda praia, as famosas ditavam mais tendência do que a própria coluna específica sobre o tema.

As autoras Ana Paula Spini e Carla Miucci Ferraresi Barros (2015) apontam que, por um lado, as imagens das estrelas corporificavam o glamoroso e o inatingível, e, por outro, fora das telas, a publicização de suas vidas privadas facilitava o processo de identificação com o público. Nas páginas das revistas, a estrela e seu figurino ditavam a moda e ensinavam a leitora a ser glamorosa. Era como se as características das atrizes se juntassem com as de suas personagens: “a mídia construía, neste processo de dupla exposição – personagens e atriz – a persona estelar” (BARROS; SPINI, 2015, p. 14). As atrizes estampadas na revista funcionavam para as mulheres como um modelo a ser seguido, como um padrão com o qual as pessoas buscavam identificação, incentivadas a estabelecer pequenas reproduções, nesse caso, do traje de banho, aparência e gestos.

Na foto a seguir, inserida na matéria *Banho das Estrelas* (O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 28), vemos a atriz Marcelline Day, contratada no período pela MGM, que alcançou o estrelato em meados dos anos 1920. Ela também estrelou filmes com os comediantes Buster Keaton e Harry Langdon. Na imagem, ela posa usando um maiô com uma capa (como observamos nas Figuras 18 e 21, as banhistas em Copacabana usavam o mesmo complemento) e uma sombrinha muito usada pelas japonesas, objeto que protegia a pele do sol. Era comum nas praias cariocas esse artigo, que era leve e fácil de transportar.

Figura 29 – Foto recortada para dar destaque à atriz Marcelline Day



Fonte: O CRUZEIRO, 15 de dezembro de 1928, p. 28.

Na fotografia a seguir, *Os Últimos Modelos de Roupas de Banhos em Hollywood* (O CRUZEIRO, 02 de março de 1929, p. 25), Dorothy Sebastian, Anita Page e outras beldades³⁷, que não são identificadas na legenda da Metro-Goldwin-Mayer³⁸, exibem, na praia de Santa Monica, na Califórnia, as últimas criações para a estação. Identificamos algumas semelhanças com as banhistas das praias no Rio de Janeiro.

³⁷ Dorothy Sebastian atuou em *Nos escândalos de George White* (1935) e, depois, estrelou com Anita Page uma popular série de dramas românticos da MGM, incluindo *Our Dancing Daughters* (1928) e *Our Blushing Brides* (1930). Já o primeiro filme de Anita Page para a MGM foi o drama de comédia *Telling the World* (1928). Após uma pesquisa no site The Movie DB, vimos que ela era uma das atrizes mais requisitadas de Hollywood.

³⁸ A MGM é uma empresa estadunidense de comunicação de massa, envolvida, principalmente, com produção e distribuição de filmes e programas televisivos.

Figura 30 - Atrizes de Hollywood posam com maiôs de diferentes modelos



Fonte: O CRUZEIRO, 02 de março de 1929, p. 25.

Nas fotografias das estrelas, percebemos algumas tendências que foram utilizadas pelas banhistas. Aliás, parece que as fotos são feitas mesmo com o intuito de difundir modas, pois as atrizes não estão em praias, mas em estúdios. Ao analisar as imagens, levando em consideração os trajes, todas vestem maiôs de alças com decote arredondado e pouco profundo, assim como as cariocas que apareciam nas imagens da revista *O Cruzeiro*. A padronagem listrada predomina e há presença da padronagem *art déco*³⁹, que também era usada nos maiôs pelas banhistas. Temos também um modelo de maiô mais básico, o liso. Tratando-se dos acessórios, o chapéu de palha

³⁹ O termo *art déco*, de origem francesa, refere-se a um estilo decorativo que se afirmou nas artes plásticas, artes aplicadas e arquitetura no entreguerras europeu. No padrão decorativo *art déco* predominam as linhas retas ou circulares estilizadas, as formas geométricas e o design abstrato.

com aba grande aparece em duas produções e a maior parte das atrizes usa lenço estampado na cabeça. Além disso, usam sapatos e, algumas delas, meias. No quesito beleza, as atrizes estão com o cabelo curto, estilo *a la garçonne*, e parte delas está de batom escuro – aspectos que também vimos nas banhistas das praias cariocas.

O modelo mais visto nas fotografias é o maiô que se assemelhava ao macaquinho, sem estampa e com um cinto que modelava a cintura. O traje também foi usado pela atriz Frances Dee, que estreou sua carreira no filme *Words and Music* (1929) e posou na foto (Figura 31) para a matéria *A psicologia das pernas* (O CRUZEIRO, 25 de outubro de 1930, p. 30. Nela, não só o traje é bem parecido com o que a banhista usa na Figura 25, como também a pose e o foco nas pernas.

Figura 31 - A atriz Frances Dee sentada na areia da praia, vestindo maiô e com binóculo



Fonte: O CRUZEIRO, 25 de outubro de 1930, p. 30.

Observamos que algumas banhistas optavam por usar cintos para mudar um pouco o maiô liso. Um dos modelos que encontramos também foi o de corda com pompom na ponta (Figura 26). A imagem a seguir faz parte da matéria *Verão* (O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1933, p. 19). Não

está identificado o autor nem o fotógrafo. A atriz de Hollywood Moussia⁴⁰ usa um maiô com vários recortes, inclusive na parte inferior em que forma um “x”. O acabamento é feito com dois pompons, sendo que a parte superior do traje sugere um modelo frente única, e a amarração no pescoço também é finalizada por um pompom. Ou seja, era um aviamento que trazia mais um diferencial ao maiô. Além disso, a atriz usa um chapéu parecido com o quipá, peça de vestuário utilizada pelos judeus como símbolo da religião. Ao ver o cenário da foto, podemos pressupor que o traje de banho era um figurino, porém ele traz recortes ousados assim como os maiôs utilizados pelas banhistas no *Concurso de Maillots*, mencionado anteriormente (Figura 24). As banhistas usam o que as atrizes definem.

Figura 32 - A atriz Moussia veste um maiô



Fonte: O CRUZEIRO, 7 outubro de 1933, p. 19.

A próxima foto também faz parte da matéria *Verão* (O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1933, p. 19). Vemos a atriz Sari Maritza, que começou em filmes em 1930 e ganhou notoriedade por dançar um tango com Charles Chaplin na estreia de seu filme *City Lights*, em 1931, usando um modelo próximo também àquele que as banhistas usavam em Copacabana na Figura 23. O maiô é

⁴⁰ Não encontramos mais informações sobre a carreira da atriz Moussia.

estampado com listras finas e metade dele é liso em cor clara. Pela posição da atriz, é possível ver o decote nas costas, que deixa o corpo ainda mais desnudado. Encontramos, na mesma edição, a matéria *Beira-Mar* (O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1933, p. 18), que fala sobre trajes de banho e cita esse modelo. A jornalista Mariateresa, autora da matéria, fala que o detalhe do decote facilitava o ato de vesti-lo. No texto, explica também que eles realçam a beleza natural das mulheres, além de deixar à mostra os músculos e curvas. Diz que essa é uma das vantagens da “era esportiva”, o maiô faz com que o movimento fique espontâneo e liberto. Como prova disso, a atriz aparece em movimento na foto, ou seja, a peça facilitava a mobilidade.

Figura 33 – Sari Maritza, atriz de Hollywood



Fonte: O CRUZEIRO, 7 outubro de 1933, p. 19.

No texto da matéria, a jornalista também aponta que o tecido mais utilizado era o *Jersey*, pois favorecia linhas e formas, e que as mulheres deveriam preferir as alças finas para sustentar os maiôs, que representavam uma fragilidade só aparente. Talvez essa alça fosse a mais indicada até por conta da marca que ela deixaria com o sol, algo mais delicado e discreto. Mariteresa comenta também sobre os chapéus de palha e de pano, sinônimos de elegância. Vimos vários deles nas fotografias anteriores. Ainda completa dizendo que na praia há uma “promiscuidade interessante –

curiosa – de corpos bronzeados – semi-nús, sedentos de carícias quentes de luz – calor – e sal do mar. Bem depilados – sedosos – em torneados lizos, pernas e braços se alongam sobre a areia numa volúpia intensa de sol” (O CRUZEIRO, 07 de outubro de 1933, p. 18).

Essa estética só reforça o que já mencionamos, o objetivo não era só ir à praia, era frequentar o ambiente, no entanto, dentro do modelo das atrizes, com o corpo depilado, desnudado, esbelto e bronzeado. No que diz respeito ao comportamento das atrizes, esse período trouxe mudanças comportamentais e ênfase à feminilidade. Elas eram sinônimo de glamour e sofisticação, símbolo de beleza que se tornava exemplo de comportamento baseado na sensualidade e ousadia.

Nas fotografias das atrizes, não vemos só beleza e roupa, há também atitude. Conseguimos perceber isso pelo contexto da foto através da pose e expressão das estrelas. Na próxima foto (O CRUZEIRO, 22 agosto 1931 p. 22), vemos Ana Dvorak e Marjorie King representadas em poses ousadas. Parecem fazer uma espécie de *topless* - que começou a ser praticado somente nos anos 1960, rente ao crescimento do feminismo. Na imagem, provavelmente, houve a direção do fotógrafo, o que não muda o fato de quebrar paradigmas, como o da nudez e do comportamento feminino ideal para o período, que não permitia o *topless*.

Figura 34 - As atrizes Ana Dvorak e Marjorie King



Fonte: O CRUZEIRO, 22 agosto 1931 p. 22.

Nas imagens analisadas, o cenário é a praia, onde a mulher é o objeto central na maioria das fotos. A figura masculina aparece frequentemente em segundo plano, ou seja, houve uma

valorização da imagem feminina na composição fotográfica da revista. A inserção de fotos das atrizes no impresso serviu como um catálogo de valores, comportamentos e, principalmente, de moda praia, no qual a elite se imaginou e se fez reconhecer, idealizando um universo civilizado e moderno.

A partir da investigação das imagens, vemos que no corpo das banhistas há uma magreza relativa em comparação com os corpos das atrizes e, especialmente, das ilustrações das colunas de moda. O que não exclui o fato de ser uma imagem corporal construída e preparada para apresentar-se na praia. Talvez, por isso, as mulheres aceitassem posar para as fotos da revista, afinal, seriam apreciada pelos olhares de outras pessoas.

O estudo das fotos faz com que consigamos perceber o quanto a revista propôs em relação aos preceitos de comportamento e ao que usar na praia, e a maneira em que tais sugestões foram absorvidas pelas banhistas nas praias cariocas. Como o periódico era ilustrado, as leitoras tinham acesso a um tipo de imagem corporal na praia, das imagens posadas pelas atrizes, aproximando-se delas ao utilizar trajes de banho com referências diretas. Era a chance que as mulheres tinham de manter uma aparência do que era considerado moderno.

As imagens das banhistas são reflexo do que a revista trazia como o correto a se vestir. A partir do que recebiam de informação, as leitoras formulavam sua própria imagem do que era frequentar uma praia na Zona Sul carioca. Observamos muitas referências das atrizes, porém há certa adaptação da moda praia à vida mais ordinária, longe dos refletores.

A revista, de certa maneira, contribuiu para um olhar sobre a moda praia brasileira, especialmente no Rio de Janeiro. De outro lado, valorizou as influências estrangeiras nos trajes de banho e houve a tentativa de aproximá-las ao estilo de vida carioca. A circulação dessas imagens na sociedade mostrou as relações entre a moda na praia e os costumes franceses, estadunidenses e brasileiros.

A leitura das fotografias foi realizada mantendo uma ordem cronológica e foram escolhidas imagens com o objetivo de criar uma narrativa com relação à trajetória da moda praia trazida pelo impresso. A partir do que já foi contado por investigações sobre a história dos trajes de banho, retomamos os acontecimentos por meio da interpretação das fotos que, como documentos de uma determinada época, revelaram um trecho da memória da moda praia e as influências estrangeiras que, de certa forma, contribuíram para criar um diferencial dos trajes de banho utilizados no Brasil. É com base nessas relações dialógicas que produção, circulação e recepção dos textos e imagens

veiculados em *O Cruzeiro* fizeram do impresso um instrumento que auxiliou na construção da cultura de praia no período estudado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Examinando os primeiros anos de inserção da cultura de praia no país sob o olhar da revista ilustrada *O Cruzeiro*, procuramos identificar em colunas, matérias e fotografias a maneira como os repórteres trabalharam tal conteúdo. Percebemos que era um assunto recorrente, pois praticamente em toda edição havia alguma menção à praia. Concluir algo sobre tal assunto em material tão vasto e diverso se tornou tarefa difícil, visto que, à medida que investigamos, mais perguntas surgiram, indicando o quão fértil é esse terreno de pesquisas. Portanto, este tópico se encarrega de trazer algumas considerações finais sobre o enfoque da cultura de praia existente no semanário ao qual essa pesquisa se debruça, mas sem almejar que este seja seu fim.

A escolha do período estudado não é em vão: o processo da reforma urbana do Rio de Janeiro executada pelo prefeito Pereira Passos trouxe a valorização das praias, principalmente as localizadas na Zona Sul da cidade, especialmente com a criação da Beira-Mar. Ainda houve mudanças nas condutas de higiene que modificaram parte da cidade e transformaram sua arquitetura, mudanças que refletiram também nas vestimentas e nos corpos dos habitantes. Para que a cidade se tornasse moderna e civilizada, não bastavam as modificações estruturais, a população também precisava passar pelo processo civilizador e aprender as novas regras advindas com a modernização: como se comportar no ambiente da praia, por exemplo.

Esse processo de estruturação das praias foi um acontecimento com implicações importantes em termos de sociabilidade. O local passou a ser destinado para o lazer e essa recomposição foi difundida pela imprensa. O ir à praia era símbolo da modernidade e, provavelmente por isso, um hábito tão valorizado. *O Cruzeiro* foi fundamental para a construção do imaginário sobre as praias, que foram incorporadas à vida social da cidade. Por conta das novidades advindas desse processo, levando em consideração as colunas, textos e fotografias do impresso, identificamos as páginas da revista como um manual de conduta para os banhistas que conseguiam, através das imagens e dicas dos jornalistas, informar-se sobre as novidades que deveriam seguir para se encaixar no padrão ditado pela França, considerada o modelo ideal do ser moderno e onde o hábito de frequentar a praia surgiu.

Nessa perspectiva, examinamos colunas e matérias inseridas na revista e vimos que havia códigos de elegância dentro do periódico que regeram o cotidiano na praia dos banhistas, membros da elite. Embora pública, a praia exigia tantos aparatos e regras implícitas que não era qualquer

pessoa que teria a ela acesso nem se encaixaria nos padrões modernos transmitidos pelo semanário. A praia era lugar para poucos e a revista reforçou a ideia.

Em meio a esse cenário, apareceram produtos de beleza para que o banhista conseguisse usufruir da praia em sua totalidade. O mercado percebeu um novo seguimento que valorizava o corpo que esteve na praia. A revista trazia diversos anúncios que motivavam o consumo dos acessórios praianos. Quem não tivesse os produtos não participava do ritual exigido para estar no ambiente. Os produtos eram especialmente voltados às mulheres, que tornaram-se, de modo geral, reféns dessa nova conjuntura.

Os textos analisados que falam sobre praia na revista, em sua maioria, apontam para a questão da estética, na manutenção das práticas corporais que associam o prazer à saúde, à vitalidade e à beleza, como se absorver os ensinamentos eliminasse o desconforto que o olhar do outro poderia provocar. A partir da leitura da revista, o leitor saberia se estaria dentro dos padrões e, então, poderia aproveitar a praia sem nenhum tipo de preocupação, pois estaria de acordo com o modelo. Esses “manuais de boas maneiras” eram voltados às mulheres. Os autores se direcionavam a elas, como se fossem as únicas a precisarem ser civilizadas. Como afirma Schpun (1999, p. 14), fica evidente que a modernização do Brasil passou pela modernização das mulheres. São textos com características disciplinares, ideias que deveriam ser propagadas e adotadas. A pesquisa do conteúdo de praia no periódico possibilitou também perceber como eram disseminadas as novas formas de se comportar e interagir dos banhistas.

O que é peculiar nesse processo é que ao mesmo tempo em que a revista tentava ser ousada em trazer as novas condutas, ela queria que os banhistas mantivessem as características das elites cariocas. Os jornalistas falavam em seus textos com uma linguagem imperativa a fim de mostrar o que era certo e errado. Não havia meios de escapar do sistema praiano de elegância.

A ideia que guiou esta pesquisa foi a de encontrar traços, vestígios, em *O Cruzeiro* sobre a cultura de praia, e um dos itens que está incluso nesse sistema é a moda. Ao analisar a aparência dos banhistas através de fotografias, vimos pessoas com expressão de felicidade nas praias, posando com trajes de banho que deixavam a pele exposta ao sol e aos olhos do outro. Havia uma simulação de que nesse ambiente havia liberdade em relação às vestimentas utilizadas no cotidiano. Afinal, a roupa de banho facilitava os movimentos do corpo. Porém, o que se propõe aqui, como mencionado por Del Priore e Amantino (2011), é refletir quanto a “liberdade” pode, às vezes,

aprisionar, levantar a censura sobre o próprio corpo. Qualquer corpo poderia, sim, estar na praia, no entanto, se ele não estivesse dentro dos preceitos já descritos, era motivo de julgamento.

A pesquisa permite pensar o quanto essas fotos veicularam um determinado padrão de beleza, influenciado diretamente pelas atrizes de Hollywood que vendiam o desejo da aparência perfeita. “As estrelas serviam a um extenso receituário de modos, comportamentos e estilo de vida, cujos valores estavam ancorados na vida saudável, na liberdade e no individualismo” (SPINI; BARROS, 2015, p. 13). Ao observarmos fotografias das atrizes, fica evidente que o intuito era disseminar modas, afinal, em sua maioria, estão vestidas com traje de banho e foram fotografadas em estúdios. Isso sugere que tais imagens foram preparadas e produzidas com esse intuito. Assim, despertavam no público o desejo do consumo, e não apenas da moda praia, mas de todo o conceito, de valores ali envolvidos. Mesmo com as influências estadunidenses e francesas, instaurou-se o estilo praiano carioca, que não abandonou as referências. A cidade incorporou ideias estrangeiras e do próprio meio e demonstrou inovações de modos para todo o país.

O Cruzeiro ajudou a circular imagens das praias cariocas por todo o território nacional que acabaram sendo vistas como uma imagem do que era, naquele momento, ser moderno no país. Era como se o Rio de Janeiro fosse o modelo ideal brasileiro. Assim, aos poucos, foi sendo conhecida como a “Cidade Maravilhosa”, que, aliás, tem relação com as mudanças estruturais advindas da modernidade. Para Lessa (2000), o uso do qualificativo, da construção mítica da cidade, também diz respeito à justaposição única de uma extrema variedade de situações naturais diferenciadas, que permitem transitar do clima de montanha para o praiano em pouco tempo. Ainda para o autor, “o Rio é uma maravilha, é uma cidade-espetáculo. Sua anatomia social, entretanto, permaneceu a mesma” (LESSA, 2000, p. 235). Reforçando esse argumento, exatamente no carnaval de 1935, foi lançada a marchinha *Cidade Maravilhosa*, composta por André Filho.

A fotografia vendia uma imagem da cidade como modelo ideal de felicidade, modernidade e saúde também para quem morava longe, o que gerava uma vontade de conhecer o local. A veiculação da praia com a fotografia foi absorvida no imaginário nacional. Este estudo elucida que houve uma série de mudanças nos primeiros anos da cultura de praia do país – no corpo, na moda e na beleza – e que a revista *O Cruzeiro* possibilitou a difusão dessas informações pelo território brasileiro, dando destaque às praias cariocas como exemplos de modernização. Mas também se abre espaço para futuras pesquisas de como o ideário de comportamento feminino sempre esteve voltado para a moral e os bons costumes, exigindo das mulheres uma liberdade vigiada. Ao se

propor a levantar a questão de como surgiu e foi implantada uma cultura de praia no Brasil, esta pesquisa revelou a importância do semanário *O Cruzeiro* para a solidificação de tal cultura e como a moda praia foi disseminada nessa sociedade carioca moderna, deixando a cargo de futuras pesquisas seus desdobramentos socioculturais perante o comportamento feminino/masculino ali retratado de maneira tão diferente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACERVO AUGUSTO MALTA. Disponível em: <<http://portalaugustomalta.rio.rj.gov.br/>>.

ALMEIDA, Jaqueline de Almeida. **Madames e mocinhas em revista: corpo, gênero e moda em A Cigarra (1940-1955).** 2015. 197 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015.

BARICKMAN, Bert. Passarão por mestiços: o bronzamento nas praias cariocas, noções de cor e raça e ideologia racial, 1920-1950. **Afro-Ásia**, Salvador, n. 40, p. 173-221, 2009.

BARROS, Carla Miucci Ferraresi; SPINI, Ana Paula. Star system, sexualidade e subjetivações femininas no cinema de Hollywood (1931-1934). **ArtCultura**, Uberlândia, v. 17, n. 30, p. 11-30, jan-jun. 2015.

BASSANEZI, Carla; URSINI, Leslye Bombonato. O Cruzeiro e as garotas. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 4, p. 243-260, 1995.

BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: _____. **O óbvio e o obtuso.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BERGER, John. **Modos de Ver.** Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade.** São Paulo: Cia. das Letras, 1986.

BESSE, Susan K. **Modernizando a Desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil 1914-1940.** Tradução Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Edusp, 1999.

BOECHAT, Ricardo. **Copacabana Palace, Um Hotel e sua História.** Rio de Janeiro: DBA Melhoramentos, 1998.

BONADIO, Maria Claudia. **O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos (1939-1945).** In: CONGRESSO INTERNATIONAL BRAZILIAN STUDIES ASSOCIATION (BRASA), 9, 2008, Tulane University, New Orleans, 27 a 29 de março de 2008.

_____. **Brazilian fashion and the “exotic”.** International Journal of Fashion Studies 1: 1, pp. 57–74, 2014. Disponível em: <<https://journalorfashionstudiesest.files.wordpress.com/2014/10/bonadio.pdf>>. Acesso em: 07 abril. 2017.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa Feminina.** São Paulo: Editora Ática, 1986.

CALANCA, Daniela. **História social da moda.** São Paulo: Senac, 2008.

CAMPOS, Amanda. Por entre redes e tramas: a indumentária de pescadores e maricultores da Freguesia de Santo Antônio de Lisboa (Florianópolis-SC). **Revista dObra[s]**, v. 8, n. 18, 2015, p. 77-87.

CAMPOS, Daniela Queiroz. **Espectros dos anos dourados**: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna Garotas da revista O Cruzeiro (1950–1964). 2010. 236 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas) – Programa Pós Graduação em História, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Cidade, 2010.

CARNEIRO, Glauco. **Brasil, Primeiro** – História dos Diários Associados. Brasília: Verano Editora e Comunicação Ltda., 1999.

CARVALHO, Luiz Maklouf. **Cobras Criadas** – David Nasser e O Cruzeiro. São Paulo: Senac, 1999.

CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao Corpo e Sociedade**: Mídia, Estilos de Vida e Cultura de Consumo. São Paulo: Annablume - Fapesb, 2003.

CERCHIARO, Marina. **Esculpindo o ideal de “homem novo”**: discursos sobre raça, gênero e nação no Estado Novo. In: Reunião Brasileira de Antropologia. 2016, João Pessoa, PB. Anais 30ª Reunião Brasileira de Antropologia. Disponível em: <<http://www.30rba.abant.org.br/arquivo/downloadpublic?q=YToyOntzOjY6InBhcmFtcyI7czoZNToiYT0xOntzOjEwOiJJRF9BUiFVSZPIjtzOjQ6IjMwNDQiO30iO3M6MT0iaCI7czoZMjoiYmE3OTQ2N2Q2ZWRiZDZiZGQyODAlNDhjYzY0N2ZhY2MiO30%3D>>. Acesso em: 17 março 2017.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa R. (Org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da Moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2010.

CORBIN, Alain. **O território do vazio**: a praia e o imaginário ocidental. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Org.). **História do corpo**: da revolução à grande guerra. Petrópolis: Vozes, 2008.

COSTA, Helouise; BURGI, Sérgio. **As origens do fotojornalismo no Brasil**: um olhar sobre O Cruzeiro (1940-1960). São Paulo: IMS, 2011.

DÁVILA, Jerry. **Diploma de brancura**: política social e racial no Brasil - 1917-1945. Tradução Claudia Sant’Ana Martins. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

DEL PRIORE, Mary. **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

DISITZER, Marcia. **Um mergulho no Rio: 100 anos de moda e comportamento na praia carioca**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

DUNLOP, Charles Julius. **Rio Antigo**. Rio de Janeiro: Gráfica Laemmert, 1956.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FEIJÃO, Rosane. **Moda e modernidade na Belle Époque carioca**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

_____. As praias e as transformações de sensibilidade no Rio de Janeiro nos anos 1920. In: Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2013.

_____. **Tudo é novo sob o sol: moda, corpo e cidade no Rio de Janeiro dos anos vinte**. 2016. 239 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Linha de Pesquisa Cultura de Massa, Cidade e Representação Social. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

GASPAR, Cláudia Braga. **Orla Carioca – História e Cultura**. São Paulo: Metalivros, 2004.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. **Nu e Vestido: Dez Antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX. 1941-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

LEITÃO, Débora Krischke. Anatomia cultural da moda brasileira: apontamentos sobre corpo, nudez e erotismo. **Vivência**, n. 37, 2011, p. 59-72.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os Brasis**. Uma reflexão em busca da auto-estima. Rio de Janeiro: Record, 2000.

LIMA, Laura Ferrazza de. **Vestida de frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929-1948**. 2009. 201 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa Cultura e Representações, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

MACHADO, Helena Cristina. A construção social da praia. In: **Sociedade e Cultura 1**, Cadernos do Noroeste, Série Sociologia. V. 13, n. 1, 2000, p. 201-218.

MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **Anais do Museu Paulista**. São Paulo, v. 13, n. 1, jan. jun. 2005, p. 133-174.

MENEGUELLO, Cristina. **Poeira de estrelas: O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50**. Campinas, Editora da Unicamp, 1996.

MEYRER, Marlise. **Natureza e identidade nacional nas páginas da revista O Cruzeiro na década de 50.** In: ENCONTRO REGIONAL DA ANPUH. 18., 2012, Mariana, MG. Anais do XVIII Encontro 24 a 27/07/2012. Disponível em: <http://www.encontro2012.mg.anpuh.org/resources/anais/24/1340650252_ARQUIVO_NaturezaeiidentidadeAMPUHMG.pdf>. Acesso em: 20 de março de 2017.

MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual.** Barcelona: Paidós, 2003.

MITCHELL, William John Thomas. **Como caçar (e ser caçado por) imagens: entrevista com W. J. T. Mitchell.** Entrevista concedida a Daniel Portugal e Rose de Melo Rocha. *E-compós*, Brasília, v. 12, n. 1, jan./abr. 2009.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand.** São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MORSE, Richard. As cidades “periféricas” como arenas culturais: Rússia, Áustria, América Latina. **Estudos Históricos**, v. 8, n. 16, 1995 [1984], p. 205-225.

NEEDELL, Jeffrey. **Belle Époque Tropical.** São Paulo: Cia. Das Letras, 1993.

NETTO, Accioly. **O império de papel – os bastidores de O Cruzeiro.** Porto Alegre: Sulina, 1998.

O CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários Associados, 1928-1943.

O'DONNELL, Julia. **A invenção de Copacabana: Culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

ORTIZ, Renato. **Cultura e modernidade – A França no século XIX.** São Paulo: Brasiliense, 1991.

PACCE, Lilian. **O biquíni made in Brazil.** Rio de Janeiro: Arte Ensaio, 2016.

PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos, garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957).** São Paulo: Annablume; Funesp, 2010.

PEREGRINO, Nadja. **O Cruzeiro: a revolução da fotorreportagem.** Rio de Janeiro: Dazibao, 1991.

PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). **Nova História das Mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2012.

QUEIROZ, Renato da Silva (Org.). **O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1999.

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

ROQUETTE, José Inácio. **Código do bom-tom ou regras da civilidade e de bem viver no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. Editora Contexto, 2014.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2009.

SCHWARCZ, Lília Moritz. Introdução. In: ROQUETTE, José Inácio. **Código do Bom-Tom, ou, regras de civilidade e de bem viver no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

SCHPUN, Mônica. **Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20**. São Paulo: Boitempo Editorial/Editora SENAC, 1999.

SEELING, Charlotte. **Moda: O Século dos Estilistas: 1900-1999**. Colônia: Könemann, 2000.

SERPA, Leoní. **A máscara da modernidade: a mulher na revista O cruzeiro, 1928-1945**. Universidade de Passo Fundo, 2003.

SENNETT, Richard. **Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SEVCENKO, Nicolau (org.). **A História da vida privada no Brasil**. Vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SILVA, Roberto. et. al. **A Luz e os Filtros Solares: Uma Temática Sociocientífica**. Revista Virtual Química, v. 7, n. 1, 2015, p. 218-241. Disponível em: <<http://rvq-sub.s bq.org.br/index.php/rvq/article/view/975/528>>. Acesso em: 15 de maio de 2017.

SIQUEIRA, Euler David da. Para uma etnografia a do cartão-postal: destaque para a garota carioca. **Teoria e Cultura**, v. 1, n. 2, p. 129-147, 2006.

SKIDMORE, Thomas. **Preto no Branco: Raça e Nacionalidade no Pensamento Brasileiro**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

SOARES, Carmen. **As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940)**. São Paulo: Editora Autores Associados, 2011.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VELLOSO, Mônica Pimenta. **Modernismo no Rio de Janeiro – Turunas e Quixotes**. Petrópolis: KBR Editora Digital Ltda, 2015.

VICENTE, Tania Aparecida de Souza. **Metodologia da análise de imagens**. Contracampo Brazilian Journal of Communication. Programa de Pós Graduação Universidade Federal Fluminense, n.4, p. 147-158, 2000.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza:** o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.