

O trabalho em prol da nação: as representações do homem na revista *Alterosa* (1939-1945) durante o Estado Novo

Gelka Arruda de Barros¹

Resumo

O presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias discursivas presentes na revista *Alterosa*, no intuito de compreender a construção do ideal do homem brasileiro, entre 1939 e 1945, durante a vigência do Estado Novo no Brasil. A conjuntura de construção das representações masculinas apresentava a redefinição do padrão corporal e o refinamento das condutas sociais, por meio da valorização de hábitos salutareos e princípios morais baseados na inter-relação entre o mundo do trabalho e a ordem conjugal. O aporte teórico operado para a construção do texto e para as reflexões está amparado nos estudos de gênero, em Joan Scott (1995), Elisabeth Badinter (1993),

Sócrates Nolasco (1993), Robert Connel e James Messerschmidt (2013) e George Mosse (2000), agregando a especificidade contextual das políticas do Estado Novo de Getúlio Vargas, em Ângela Gomes (1999) e Maria Izilda Matos (2011). Para o entendimento das circunstâncias do processo de educação do corpo que ocorreu naquela época, buscou-se diálogo com a noção de educação em Marcus Aurelio Taborda de Oliveira (2011). Por meio da análise, conclui-se que os discursos publicados sobre o ideal de homem na revista ilustrada se alinhavam ao projeto varguista de nação, indiciando traços da conformação de uma sensibilidade, considerada moderna, por meio da educação dos sentidos.

Palavras chave

Revista *Alterosa*, homem, corpo, trabalho, Estado Novo.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar las estrategias discursivas presentes en la revista Alterosa, para comprender la

¹ Doutora e mestra em Estudos Interdisciplinares do Lazer (Universidade Federal de Minas Gerais). Graduada em Artes Plásticas pela Escola Guignard (Universidade Estadual de Minas Gerais,) com habilitação em Pintura e Desenho, e em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. É pesquisadora do Laboratório de Comunicação e História (Lachi, da

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro), onde investiga os fenômenos comunicacionais no âmbito das práticas de Lazer. Atualmente leciona no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais, *campus* Sabará, ministrando temporariamente a disciplina de Arte. Contato: [gelkabarros@yahoo.com.br].

construcción del ideal del hombre brasileño, entre 1939 y 1945, durante el período del Estado Novo en Brasil. El contexto en el que se construyeron las representaciones masculinas presentó una redefinición del patrón del cuerpo y el refinamiento del comportamiento social, a través de la valoración de hábitos saludables y principios morales basados en la interrelación entre el mundo laboral y el orden matrimonial. El aporte teórico operado para la construcción del texto y para las reflexiones se sustenta en estudios de género, en Joan Scott (1995), Elisabeth Badinter (1993), Sócrates Nolasco (1993), Robert Connel y James Messerschmidt (2013) y George Mosse (2000), agregando la especificidad contextual de las políticas de Estado Novo de Getúlio Vargas, en Ângela Gomes (1999) y Maria Izilda Matos (2011). Para comprender las circunstancias del proceso de educación corporal que tuvo lugar en ese momento, se buscó un diálogo con la noción de educación en Marcus Aurelio Taborda de Oliveira (2011, 0000). A través del análisis, se concluye que los discursos publicados sobre el ideal del hombre en la revista ilustrada se alinearon con el proyecto varguista de nación, señalando huellas de la conformación de una sensibilidad, considerada moderna, a través de la educación de los sentidos.

Palabras clave

Revista Alterosa, hombre, cuerpo, trabajo, Estado Novo.

Abstract

This article aims to analyze the discursive strategies presented in Alterosa Magazine, in order to understand the construction of the ideal of the Brazilian man, between 1939 and 1945, during the term of the Estado Novo in Brazil. The conjuncture of construction of male representations presented the redefinition of the body pattern and the refinement of social behaviors, through the valorization of healthy habits and moral principles based on the interrelation between the world of work and the marital order. The theoretical contribution made to the construction of the text and to the reflections is supported by gender studies, in Joan Scott (1995), Elisabeth Badinter (1993), Sócrates Nolasco (1993), Robert Connel e James Messerschmidt (2013) and George Mosse (2000), adding the contextual specificity of the policies of the Estado Novo by Getúlio Vargas, in Ângela Gomes (1999) and Maria Izilda Matos (2011). In order to understand the circumstances of the body education process that occurred at the time, a dialogue with the notion of education in Marcus Aurelio Taborda de Oliveira was sought. Through the analysis, it was concluded that the speeches published about the ideal man in the illustrated magazine were in line with the varguista project of the nation, indicating traces of conformation of a sensitivity, considered modern, through the education of the senses.

Keywords

Alterosa journal, men, body, work, Estado Novo.

Introdução

A revista ilustrada *Alterosa* foi criada em Belo Horizonte, em agosto de 1939, por Olímpio de Miranda e Castro. De frequência mensal, desde seu lançamento possuía uma sucursal no Rio de Janeiro, então capital do país. Periódico literário e noticioso, que apresentava entre suas seções, contos e crônicas, reportagens econômicas, políticas e sociais sobre Minas Gerais, notas da sociedade mineira², entretenimento como o rádio e o cinema, prescrições sobre saúde, beleza e moda, anúncios publicitários, entre outros. A *Alterosa* alcançou grande projeção nacional em torno de 1948, quando sua tiragem chegou a 30.000 exemplares. O slogan «Para a família do Brasil» apresentava o projeto editorial da publicação (Barros: 2018). Nos anos 1940, era possível encontrar na revista diversos aspectos do cotidiano da capital. As imagens da vida social juntamente a forte presença da publicidade ofereciam ao leitor novos códigos de civilidade, estabelecendo a ordem usual das coisas e modos de viver. A publicidade fazia circular no espaço público uma infinidade de informações que consubstanciava a subjetividade do indivíduo urbano (Padilha, 2000: 25)³. Em busca de captar os processos de produção de sentidos presentes nas práticas sociais materializadas na *Alterosa*, a metodologia desta

² Mineiro(a) é um termo usado para designar aquele(a) ou aquilo que tem origem no Estado de Minas Gerais, devido ao período de exploração de ouro e pedras preciosas.

pesquisa combinou análise de conteúdo de texto e imagem, privilegiando a apresentação e a análise das fontes primárias. Dessa maneira, o presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias discursivas presentes na revista *Alterosa*, no intuito de compreender a construção do ideal do homem brasileiro. A conjuntura de construção das representações masculinas apresentava a redefinição do padrão corporal e o refinamento das condutas sociais, por meio da valorização de hábitos salutareos e princípios morais baseados na inter-relação entre o mundo do trabalho e a ordem conjugal. Para tanto, foram analisados, sistematicamente, reportagens, matérias e anúncios publicitários, de todos os 68 exemplares publicados entre 1939 e 1945, disponíveis no acervo da Hemeroteca Histórica da Biblioteca Pública Estadual de Minas Gerais. A definição do recorte temporal deste artigo justificou-se por esse período cobrir uma época rica em transformações econômicas, sociais e principalmente culturais no cenário brasileiro, e especificamente, na capital mineira.

Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, a cidade planejada para representar o ideário republicano, inaugurada em 1897, após 40 anos, aproximadamente, passou por um segundo processo de modernização, devido à sua expansão para além do perímetro urbano definido em sua planta de construção. Juscelino

³ Padilha ajuda na compreensão da relação entre a imprensa e a gestação de uma nova sensibilidade, ainda que trate de São Paulo nos anos 1920, que estava em plena processo de modernização, o que ocorre em Belo Horizonte nos anos 1940.

Kubitschek⁴ foi prefeito da cidade, entre 1940 e 1945, e em sua administração, Belo Horizonte, esteve em plena transformação, pelo asfaltamento de ruas e avenidas, formação de Vilas e Bairros, saneamento e terraplanagem, pela construção do complexo arquitetônico da Pampulha, a realização da Exposição de Arte Moderna, a criação do Museu Histórico da Cidade e do Instituto de Belas Artes (Cedro, 2006). De acordo com Marcelo Cedro (2006), os empreendimentos de Juscelino abrangeram mudanças não somente materiais mas culturais, ancoradas no discurso de modernidade e progresso em coerência com a orientação do Estado Novo⁵, «[...] buscando inserir Belo Horizonte no mesmo contexto de modernização das principais cidades do mundo» (Cedro, 2006: 85). Cabe lembrar que os discursos sobre a modernidade se alinharam a princípios higiênicos e eugênicos visando o progresso da nação, como será visto ao longo do texto. Outra questão sobre a definição do marco temporal deste estudo foi a significativa mudança na revista após 1945. Na edição de janeiro de 1946, foi verificado o arrefecimento de reportagens político-econômicas sobre o desenvolvimento do Estado, sobretudo sobre o regime de Vargas, que deixou de vigorar ao final de 1945. Essa queda substancial resultou na quebra discursiva adotada pela revista durante a vigência do Estado Novo.

⁴ Juscelino Kubitschek foi presidente do Brasil de 1956 a 1961, período em que construiu a nova capital da federação, Brasília.

⁵ Getúlio Vargas esteve no poder entre 1930 e 1945, época conhecida como a Era Vargas. Neste estudo, especificamente, vou tratar do período do Estado

Novo, que vigorou entre 1937 e 1945, a partir do lançamento da revista *Alterosa*, em 1939. O regime era caracterizado pela centralização do poder, autoritarismo, populismo, nacionalismo e anticomunismo.

Acredita-se que a produção de sentidos se dá por meio dos atos comunicacionais que, segundo Marialva Barbosa (2009), caracterizam a correlação entre comunicação e história, na medida em que «[...] a história é sempre interpretação feita a partir de quem, do presente, olha o passado». Cabe esclarecer que as práticas sociais manifestam e produzem sentidos, de forma a revelar os interesses políticos, econômicos e ideológicos de determinados grupos na arena cultural. A educação, vista como um processo formativo individual, sob a ótica da exploração do mundo pelos sentidos corporais, decorre do diálogo entre indivíduo e cultura; no qual o sujeito pode sucumbir diante das determinações estruturais ou se afirmar pela experiência em meio ao processo de individuação (Taborda de Oliveira, 2011: 40-41), sendo afetado por outras instâncias de construção da realidade, como os meios de comunicação de massa, logo a abordagem adotada neste texto configura um entendimento ampliado de educação, que não perpassa os espaços institucionais de escolarização. Os estudos de gênero foram adotados para a apreensão da masculinidade da época, em sua dinâmica relacional com a mulher. Para tanto, o aporte teórico se baseia na concepção de que o gênero é «[...] um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, [...] é um primeiro modo de

Novo, que vigorou entre 1937 e 1945, a partir do lançamento da revista *Alterosa*, em 1939. O regime era caracterizado pela centralização do poder, autoritarismo, populismo, nacionalismo e anticomunismo.

dar significação às relações de poder» (Scott, 1995: 86). Nesta visão, Joan Scott (1995: 86) compreende o poder por meio do conceito de Foucault, «[...] como constelações dispersas de relações desiguais, discursivamente constituídas em “campos de força” sociais». Sendo o gênero a primeira manifestação das relações de poder, que se apresentam por meio do discurso, e tendo em vista, que a corporeidade se consubstancia na prática social a partir das relações de linguagem, poder e trabalho, estruturantes da sociedade (Taborda de Oliveira, 2017: 19), tornou-se essencial a compreensão do modo pelo qual essas relações se expressavam na construção do ideal de homem nas estratégias discursivas apresentadas na revista, bem como o entendimento do cenário histórico e social que a propiciou.

O trabalho em prol da nação

Durante o Estado Novo, o Brasil vivenciou um processo de americanização que objetivava obter o alinhamento do país com o esforço de guerra dos EUA. Nesse contexto turbulento da Segunda Guerra Mundial, a estratégia discursiva adotada pela *Alterosa* valorizava a ordem conjugal, visando organizar a sociedade. De acordo com Cláudia Maia (2011), a família conjugal, legalmente constituída pelo casamento burguês, estabeleceu-se durante a constituição da República, regime político positivista que percebeu a família «[...] como lugar estratégico para instaurar a ordem e disseminar o progresso» (Maia, 2011: 5). Assim, para a sustentação

material desta ordenação social, o homem branco, de classe média e alta, foi dirigido para o mundo do trabalho.

As matérias da *Alterosa* direcionadas ao público masculino eram, em grande parte, compostas por reportagens políticas e econômicas, referentes ao trabalho, dimensão central da representação masculina (Nolasco, 1993). O trecho abaixo apresenta uma delas: «Como, entretanto, manifestar nosso desejo de bem servir ao município, senão servindo bem ao prefeito que, com inteligência, dinamismo e visão dos problemas públicos, vem administrando a cidade?» (*Três anos de magnífico governo. Alterosa*, maio de 1943: 116).

A matéria em questão tratava da comemoração do terceiro ano de administração da prefeitura de Belo Horizonte e essa parte foi retirada do pronunciamento do Dr. Oswaldo Neves Massote, diretor do departamento de despesa e material, em nome dos funcionários municipais. Na citação, estão reunidos os atributos exigidos do homem para o cumprimento de seu papel na esfera pública: a inteligência, o dinamismo e a visão dos problemas públicos. O homem que os detinha era o maior exemplo no interior da hierarquia masculina presente na revista, em tempos de propaganda política do regime Vargas, a fim de difundir as obras de seu governo, assim como valorizar o trabalho. Sob esse viés, esse homem é definido por sua capacidade de trabalho, representado primordialmente pela elite política e econômica, se destacando através de suas realizações na sociedade.



Figura 1. Benção da obra.
Fonte: Alterosa, maio de 1944: 106.

A fotografia era utilizada como documento para atestar essas realizações, como na inauguração da Estância de Araxá (*Inauguradas pelo presidente Vargas as grandiosas obras das estâncias de Araxá, Alterosa, maio de 1944: 106*). A Figura 1 apresenta no centro à direita o presidente Vargas, acompanhado por Benedito Valadares, interventor de Minas Gerais, mais à direita. As demais autoridades formavam uma espécie de semicírculo, no qual o bispo de Araxá, que aparece à esquerda, realizava a benção da obra. Os olhares de Vargas e Valadares se dirigiam ao centro da imagem, assim como o olhar do bispo, indicando que existia algum objeto que possivelmente representava a obra e que estava sendo abençoado. O plano médio utilizado no enquadramento da fotografia permitia construir a

ideia de coesão, importante na representação dos cenários de poder (Mauad, 2007). A fotografia, composta estritamente por homens trajados de terno, sinalizava também submissão ao poder divino, encarnado na figura do bispo que, no ato de bênção, sacralizava a obra. Assim, tanto as fotografias de eventos cívicos como as de acompanhamento de obras públicas são exemplos típicos de tal *mise-en-scène* (Mauad, 2007: 126). Um tipo de ritual utilizado para demonstrar a capacidade de realização desses homens, o que lhes permitiam ganhos de capital simbólico ao entregar para *usufruto da população* o seu feito, a sua obra.

Ao contrário de prescrições diretas de comportamento, como as que, em grande parte, eram dirigidas à mulher, o modelo ideal de masculinidade era difundido por reportagens e matérias que exibiam homens de sucesso, que alcançaram *status* social a partir de seu trabalho. Neste contexto, a obra, fruto do trabalho, era parte integrante de sua imagem, por estar diretamente vinculada à capacidade realizadora, isto é, capacidade produtiva. De acordo com Ângela Gomes (1999), foi a partir dos anos 1930 e 1940 que se buscou organizar o mercado de trabalho no país, particularmente no Estado Novo, quando se buscou «[...] uma estratégia política-ideológica de combate à “pobreza”, que estaria centrada justamente na promoção do valor do trabalho» (Gomes, 1999: 55). A pobreza passou a ser identificada como um problema nacional, que incluía a ignorância e a doença, e a meta era «[...] transformar o homem em cidadão/trabalhador, responsável por sua riqueza individual e também pela riqueza do conjunto da nação» (Gomes, 1999: 53-55).

O engrandecimento do país dependia da atuação desses homens em diversas áreas, eram os modelos a serem seguidos.

O premiado pecuarista João Rodrigues da Cunha Borges, proprietário da fazenda Esmeralda, em Araguari, era um «[...] homem dinâmico e observador prático do problema da melhoria da pecuária no país» (*Um fazendeiro nato, Alterosa*, dezembro de 1941: 93). O dinamismo agregado à percepção dos problemas transformava esse conhecimento em ação. Essa concepção, além de determinar o homem como gênero ativo, naturalizava sua capacidade intelectual. Segundo a matéria, o *criador inteligente* continuou o trabalho da família na melhoria do rebanho mineiro, desde que nasceu e «[...] começou a raciocinar como homem» (*Ibidem*: 93). A determinação ao trabalho fica evidente na afirmação sobre o nascimento do pecuarista e seu destino, além dos atributos de inteligência, dinamismo e visão dos problemas que pareciam inatos, na medida em que, o texto sugeria que sua atuação era a *continuação do trabalho* de sua família, como uma herança transmitida. Essa noção indicava que essas qualidades eram compartilhadas entre os homens, e no interior da família, que seria a fonte da transmissão de valores morais, sendo por isso referência social, tornando-se inclusive fator de distinção que, agregada ao poder econômico, fazia parte do capital simbólico. Dessa forma, a origem familiar compunha o imaginário em torno do ideal de homem apresentado na revista.

A procedência europeia também era valorizada, ainda que a cultura estadunidense estivesse em ascensão no país. Em seus estudos sobre a modernidade e tradição no Brasil, Renato Ortiz

(2001) esclarece que os ideais de civilidade no país estavam originalmente baseados nos valores de progresso, aliados a uma vontade de representação da elite hegemônica no esforço de «[...] esculpir um retrato do Brasil condizente com o imaginário civilizado» (Ortiz, 2001: 32), dependente do modelo europeu. Sob este aspecto, a matéria sobre o industrial Frederico J. Lundgren, dono das Casas Pernambucanas, ressaltava sua ascendência sueca e dinamarquesa, destacando sua capacidade realizadora na criação do maior parque industrial de tecelagem da América Latina, na cidade de Paulistas (PE). *Frederico, o dinâmico*, segundo o texto, denominado assim pelo jornalista Silvio Lopes, transformou a *localidade insignificante* em «[...] um dos mais prósperos municípios do Norte brasileiro» (*Um industrial de raça, Alterosa*, junho de 1942: 80). Essa era a confirmação de que o trabalho eficiente era capaz de transformar a realidade. No caso, essa transformação envolvia o emprego de 9.000 operários que eram qualificados por uma escola técnico-profissional, na vila operária que o empresário construiu, que tinha 5.000 casas, assistência médica gratuita, com enfermaria e farmácia, e onde eram fomentadas atividades esportivas.

A matéria que enaltecia a extensão da obra de Lundgren revelava algumas questões relativas ao mundo do trabalho, que não eram claramente expostas, em função do interesse da publicação em representar as classes abastadas. A «[...] concepção totalista do trabalho», segundo Gomes (1999: 59), derivada da conceituação de Severino Sombra, ideólogo estado-novista, não diferenciava o trabalho manual do trabalho intelectual, percebendo o trabalho em

toda a sua hierarquia, por considerar o trabalhador —o *homem do povo*— não como uma máquina produtiva, mas como uma pessoa, «[...] célula vital do organismo pátrio». Essa mentalidade que *humanizava* o trabalho buscava arrefecer os conflitos de classe. Contudo, a distinção entre os tipos de trabalho era propagada pela própria revista:

Na marcha triunfal que o Brasil atravessa, sob o signo do Estado Novo, o Sr. Frederico J. Lundgren tem sido um dos vanguardeiros na execução das sábias medidas de amparo ao trabalhador, criadas pelo presidente Getúlio Vargas, o maior estadista contemporâneo das Américas (*Um industrial de raça, Alterosa*, julho de 1942: 80).

Este trecho elogiava as medidas de amparo ao trabalhador, apontando a preocupação do governo com a questão social, exaltando Vargas e o industrial pela iniciativa, mas é preciso lembrar que a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) somente foi promulgada em 1º de maio de 1943, data posterior a esta matéria. Pode-se observar que o tratamento dado a Lundgren era diferenciado, ele não era visto como trabalhador, esse era o operário de sua empresa. Essa diferença indicava que sua ação estava ligada à atividade intelectual, ao contrário do operário que, em grande medida, trabalhava manualmente.

As medidas de amparo e as condições de trabalho na vila não foram apresentadas em detalhes, pode-se inferir que, ainda que existisse uma legislação trabalhista anterior a CLT, o trabalhador

figurava como um fator produtivo. Dessa forma, os benefícios de assistência médica e as atividades esportivas operavam como formas de regulação do corpo do trabalhador. No primeiro caso, como profilaxia e manutenção de um corpo sadio para a produção e, no segundo, como entretenimento e revigoramento do corpo para o trabalho, além do controle sobre o seu tempo de não trabalho. E ainda, representando a mentalidade da época, tanto o saber médico como o discurso sobre o esporte estavam investidos de caráter disciplinador e moralizante. Susan Besse (1999: 96-97) relata que havia um esforço para a imposição da moralidade burguesa à classe operária, de modo a integrar os operários à família e ao lar, afastá-los das ruas e dos vícios. Assim, pelo apagamento da formação, do trabalho e da história dos homens da classe popular na revista, o homem da elite foi propagado para ser seguido por todos:

Eis aí, em rápidas linhas, a obra extraordinária de um industrial de raça, que pode ser apresentado ao Brasil como um modelo digno de ser seguido por todos os brasileiros que amam a sua terra e desejam o seu constante engrandecimento material e moral (*Um industrial de raça, Alterosa*, junho de 1942: 110).

A citação acima procurava legitimar um padrão de masculinidade, tido como ideal para o desenvolvimento do país. O tom ufanista endossava essa visão por meio da atribuição de dignidade à obra do industrial, reforçando pelo uso da expressão *de raça* (em função de sua ascendência, e também, de sua natureza

firme e dinâmica), as virtudes do trabalho para o progresso do país por meio da obra que consumava o trabalho desse homem. A construção da masculinidade moderna, de acordo com George Mosse (2000: 64-65), esteve atrelada ao surgimento de uma nova consciência nacional, em que os nacionalismos exaltam o masculino como um meio de autorrepresentação. É evidente que esse padrão servia de exemplo para outros homens, embora não fosse factível para a maioria deles, como afirmam Robert Connel e James Messerschmidt (2013: 245) sobre o caráter normativo da masculinidade hegemônica que se sustenta mais no plano discursivo do que no estatístico. Porém, na medida em que ela incorpora a forma mais honrada de ser homem, exige o posicionamento de todos os outros homens diante dela e legitima ideologicamente a subordinação das mulheres, o que se estendia para a esfera privada, isto é, o lar.

O homem reafirmava seu papel ativo e produtivo no ambiente doméstico como chefe de família que detinha autoridade sobre a esposa e os filhos. A constituição da família confirmava sua masculinidade através do sustento financeiro que vinha de seu trabalho, e pela *prova de virilidade*, dada pelo casamento. De acordo com Elizabeth Badinter (1993: 3-4), o imperativo *seja homem* desmistifica a naturalização da virilidade, dessa forma, ela é construída por meio de deveres e provas que tornam o homem, um homem de fato. Aqueles que não se adequavam ao modelo conjugal, tal qual ocorria com as mulheres, sofriam a reprovação social.

O comportamento hostil de homens no ambiente doméstico desestabilizava a relação entre o homem e a mulher, como pode ser percebido em uma pequena matéria de aconselhamento feminino: «O homem propende, por natureza, a arrebatamentos de domínio e de violência, e da habilidade da mulher depende que esses maus momentos não tenham consequências desastrosas» (*O marido ideal*, *Alterosa*, outubro de 1945: 96), lembrando que à mulher cabe o papel do cuidar e a imposição de docilidade e tolerância na construção da feminilidade se prestava à sustentação desse modelo de dominância viril (Barros, 2017). Da estreita relação entre trabalho, afeto e sexualidade na identificação masculina, revestida pela ideologia patriarcal, nascem as características da competição, da conquista e da dominação, entre os jogos de poder exercidos pelo homem (Nolasco, 1993: 60-67). Assim, era necessário apontar para o homem, ainda que de forma sutil, as diretrizes condizentes com o projeto moderno. O novo comportamento propunha suavizar os efeitos nocivos da hostilidade no trato com a esposa. Nesse caso, a harmonia do lar dependia do autocontrole. Recorrendo a representações de comportamentos considerados civilizados, se usou como exemplo a figura do *gentleman*, um homem equilibrado e elegante: «Não perde o “equilíbrio” depois de três coquetéis e um “wiskey” duplo? Cuidado: um perfeito “gentleman”, se não consegue manter a linha, deve abster-se de bebidas» (*É você um bom marido?*, *Alterosa*, novembro de 1944: 127). Outra figura apresentada foi a do bom esportista: «É um “good-sportman”? Quero dizer: suporta admiravelmente que sua esposa o vença

numa partida de ténis ou num jogo de cartas?» (*Ibidem*: 127). A construção social do homem era sustentada por sentimentos de superioridade, sendo a masculinidade condicionada ao sucesso, ao poder e à admiração que provoca. Em vista disso, o homem deve exibir audácia, agressividade, ser mais forte que os outros, portanto, competir (Badinter, 1993: 96-134). *Suportar admiravelmente* era um convite ao autocontrole. Esses *conselhos* se baseavam na reestruturação do patriarcado e não existia nenhuma pretensão em alterar as distinções de gênero, e sim, conformar os corpos a uma sensibilidade considerada moderna, para tanto era necessário higienizar o corpo masculino.

A regulação do corpo masculino

O corpo masculino precisava ser normatizado dentro dos padrões de comportamento e sociabilidades requeridos para o projeto varguista, e como vetor das condicionantes modernas exigia educação para que se alcançasse a civilidade, bem como para expressar e disseminar seus valores intrínsecos. Em Minas Gerais, entre 1930 e 1940, de acordo com Keila Carvalho (2011: 4), foi delegado ao saber médico «[...] o poder e o dever de sanear o corpo social por meio da educação higiênica e da Eugenia».

A força como elemento central de definição da masculinidade estava ligada à capacidade produtiva e sexual, mas revestidas por um caráter moral que implicava no autocontrole das emoções e dos impulsos sexuais. O aperfeiçoamento físico e moral do homem visava um corpo forte e sadio em prol do progresso

material do país, como aponta Mosse (2000: 51) sobre o ideal de masculinidade construído pelos nacionalismos, em que a moral e a força mental eram consequências da força corporal. O discurso higienista presente nas representações da publicidade difundia um corpo «[...] jovem, saudável, forte, robusto, atlético, ativo e viril, no qual o homem viabilizaria seu papel de trabalhador e provedor» (Matos, 2011: 136).

Figura 2. Anúncio do depurativo Inhameol.
Fonte: *Alterosa*, dezembro de 1940: 111.



Realizando uma analogia entre o corpo masculino e o motor de uma lancha, o Inhameol pronunciava, «Vence o motor novo e regulado! Vencem os homens sadios que são sempre novos» (*Inhameol, Alterosa*, dezembro de 1940: 111). A ilustração (*Figura 2*) do anúncio mostrava uma disputa entre lanchas e a frase que acompanhava o desenho destacava o verbo *vencer*, sugerindo a atividade e a competitividade requeridas para a atuação na esfera pública. Atrelar os sentidos do esporte à conquista era um meio de estimular o uso do medicamento, pois, além de revesti-lo de um valor moderno, conferia ao usuário o *ethos* do campeão. Os termos *vence* e *vencem* em negrito, sendo que o primeiro, em corpo maior que o restante da frase, era seguido por uma exclamação, afirmavam o modelo hegemônico a ser difundido.

A ideia central tratava o corpo como máquina que precisava de constante regulação para funcionar. O corpo sempre *novo* seria sadio. O cultivo da saúde conservaria a juventude corporal através da depuração do sangue, como a troca de óleo do motor da máquina, sendo a potência correspondente à virilidade. O sangue livre de impurezas era o responsável pelo bom funcionamento e pelo revigoramento do corpo «[...] para conservar o seu organismo sempre novo, com músculos fortes» (*Ibidem*: 111). O corpo sadio era fundamental para a competição na esfera pública.

A ideologia do trabalho, que o considerava um direito, sobretudo um dever civil (Gomes, 1999), fortaleceu-se na figura do militar como referência para os homens, por meio da convocação para a *batalha da produção*, devido ao esforço de guerra. Um

soldado da Marinha olhava através de binóculos o horizonte, outro, do Exército, empunhava uma arma, e um aviador sorridente parecia caminhar em direção ao leitor do anúncio do Vinho Reconstituente Silva Araujo que dizia: «Proibido para os fracos! Só sendo forte, você poderá formar ao lado dos fortes» (*Vinho reconstituente Silva Araújo, Alterosa*, maio de 1943: 23). Era uma convocação para o homem cuidar de sua saúde e um reforço do distintivo *força* como sinal do *homem de verdade*. O texto apresentava os males da desnutrição do sangue, nervosismo, falta de apetite, cansaço, abatimento e perda de peso, e prometia a revigoração do corpo e dos *nervos*, abrindo o apetite e, assim, o homem ganharia «[...] mais disposição para o trabalho, mais apetite e maior resistência física» (*Ibidem*: 23). Embora tratasse da nutrição do sangue e não da eliminação de toxinas produzidas pelo organismo, o sentido de fortalecimento do corpo e da mente era o mesmo, o cumprimento de um dever cívico. A ilustração de uma mão apontada para o leitor com o indicador em riste dizia «É seu dever ser forte e ter saúde!» (*Ibidem*: 23), corroborando a ideia da responsabilidade civil, dentre as atribuições masculinas, que por estar exposto aos embates diários do mundo da produção, tinha a obrigação de contribuir para o progresso da nação. A construção da ideia de força sustentava que «[...] com brasileiros fortes, o Brasil será mais forte ainda!» (*Ibidem*: 23). O dever do homem era ser forte mental e fisicamente, de acordo com Maria Izilda Matos (2011: 137), ele deveria ser viril, ter força, energia, disposição e capacidade de luta, para corresponder ao chamamento da Pátria e ao papel de trabalhador e chefe de família.

A felicidade conjugal decorria da capacidade para a atividade sexual e para a geração de filhos, sendo que o casamento em si já era uma *prova de virilidade*. Conforme Matos (2011:130), dentre as preocupações higienistas em torno do corpo masculino, estavam a impotência sexual, a sexualidade desregrada, antes e depois do casamento, e as doenças venéreas, principalmente a sífilis, uma vez que a prole sadia era resultado de pais sadios.



Figura 3. Anúncio do depurativo Tapayuna.
Fonte: Alterosa, agosto de 1945: 171.

O depurativo Tapayuna enunciava o seu sucesso no combate à sífilis, entre outras doenças e males, apresentando-se como «[...] o alicerce da saúde» (*Tapayuna, Alterosa*, agosto de 1945: 171). O anúncio sugeria a estrutura do *casamento higienizado*, caracterizado por Matos (2011: 143) pela contenção da sexualidade em busca de uma prole sadia para o futuro da nação. A ilustração (*Figura 3*) do casal de corpos vigorosos em trajes de banho representava o ideal de nação pretendido pelo projeto de Vargas. A mulher, bela e sadia, oferecia ao homem o produto que garantia sua saúde, reforçando sua função de cuidadora de outrem. O homem, forte e sadio, ao colocar a mão no ombro da mulher sinalizava sua dominância sobre ela. Argumento reforçado pelo uso dos termos *guardião* e *chefe supremo* que correspondiam à virilidade, sendo que, carregados de valores morais diziam respeito à normatização do comportamento masculino, para o seu dever de cultivar a saúde do seu corpo.

A boa aparência masculina era resultado do cuidado com o corpo, principalmente os cabelos e a barba. Ela simbolizava elegância e estava relacionada ao refinamento dos modos e à capacidade de trabalho e sedução. O creme Dagelle confirmava essa ideia ao anunciar: «Mantenha a aparência dos homens ativos» (*Creme Dagelle, Alterosa*, setembro de 1943: 5). O dinamismo carregava a ideia de capacidade produtiva e realização, o que se desejava para o progresso material da nação. O cuidado com a aparência era sinal de higiene e refinamento dos modos, opondo-se à negligência e ao desleixo que assinalava certa passividade masculina, o que configurava incapacidade de conquista, perda de

virilidade e, até mesmo, sujeira e ociosidade. O que contrariava os propósitos de civilizar o país. Em vista disso, a importância dos cuidados com a barba e os cabelos, o apuro e a elegância como fatores de distinção compunham os produtos de *toilette* masculina dirigidos para esse homem, como por exemplo, a loção facial pós barba Coty, «[...] criada para o “Gentleman”» (Coty, *Alterosa*, maio de 1945: 57).

O cultivo da saúde e da aparência estavam estreitamente ligados à ideia de juventude. A calvície e o embranquecimento dos cabelos sinalizavam a falta de potência, isto é, a perda de virilidade, que era identificada, conforme Matos (2011), com a heterossexualidade, tendo o seu contraponto na doença e na velhice. O Tricófero de Barry era um tônico capilar que oferecia a juventude ao atuar para a revitalização dos cabelos, pois «[...] a beleza do cabelo aumenta a atração pessoal» (*Tricófero de Barry*, *Alterosa*, maio de 1945: 10). O sentido de beleza no universo masculino estava unido à elegância, algo que precisava ser cultivado, ao contrário da mulher que era *naturalmente* bela, por esta razão o termo não era usado para dizer do homem em si, como vimos a beleza se referia ao cabelo. A aproximação do homem com o universo feminino era vista sob o risco de sua feminilização. Assim, o conceito de beleza para dizer de si, estrito ao mundo da mulher, foi negado ao homem, para preservar a virilidade.

A elegância e a virilidade vinculadas ao *ethos* esportivo construíram a representação do vencedor, que detinha capital simbólico para a conquista diante dos embates diários no mundo do trabalho e no romance. A caneta Parker, por exemplo, afirmava

reunir «[...] a combinação ideal de qualidades para ganhar, sempre e sempre, nas mais severas competições» (*Parker Vacumatic*, *Alterosa*, setembro de 1942: 13). Os condicionantes da vitória eram fruto da eficiência, demonstração de competência na disputa. Na *Figura 4*, o anúncio da caneta exibia uma corrida entre homens, destacando o campeão cruzando a linha de chegada da competição. A expressão do semblante do vencedor denotava empenho para alcançar o objetivo, acompanhado pela alusão de força e dinamismo presentes na prática esportiva. De acordo com Connel e Messerschmidt, «[...] a hegemonia trabalha em parte através da produção de exemplos de masculinidade (como as estrelas dos esportes profissionais), símbolos que têm autoridade» (2013: 263), ainda que a maioria dos homens não adotem o padrão.

Figura 4. Anúncio da caneta Parker
Fonte: *Alterosa*, setembro de 1942: 13.



A cena ilustrava a postura do vencedor diante dos embates da vida, associando a conduta combativa e viril ao esporte, signo de modernidade. Nesse espírito, as facilidades técnicas do produto e sua apresentação com *anéis de pérola laminado* marcavam as qualidades do vencedor, um homem ativo e elegante, que trabalhava em prol da nação.

Considerações finais

Nos limites deste texto não foi possível abordar todos os aspectos envolvidos na conformação do corpo masculino entre 1939 e 1945. Por isso, foram analisados alguns indicadores alinhados ao projeto de progresso de Vargas que tinha no homem a força de trabalho para o progresso do país, estritamente demarcado e propagado nas representações de masculinidade da revista *Alterosa*, por meio da valorização da família conjugal como ordem social.

A legitimação de um ideal, cujo símbolo utilizado para a persuasão foi o homem público que atuava na esfera política, por sua capacidade produtiva que sacralizava suas obras, seus feitos, foi uma das estratégias discursivas presentes na revista para estimular e induzir o homem ao mundo do trabalho, com a atribuição de prover a família e a sociedade através de sua capacidade produtiva. A ideia de conformação do homem para o trabalho carregava em si, para além da ordem social, o desenvolvimento econômico e moral em prol da nação. Assim, a capacidade realizadora e a moral

do homem da elite política e econômica serviram de modelo para outros homens.

A regulação do corpo masculino buscava estabelecer uma moral sob os preceitos de saúde, estimulando o seu cultivo com o propósito higienista de fortalecê-lo, normatizando tanto sua aparência como seu comportamento. A força foi atrelada à figura do vencedor, ao *ethos* do campeão, que apresentava os sentidos de disposição e energia para o trabalho, carregando elementos como a potência e a conquista, vinculados à virilidade, de modo a conduzir o homem a cumprir suas atribuições. O refinamento nos modos e o cuidado com a aparência, revestidos de sentidos higienistas, foram construídos por meio da elegância pautada na noção do *gentleman*, considerado o bom esportista, aquele que apresentava a civilidade, pois controlava o jogo entre suas emoções e seus impulsos, que sabia a medida do equilíbrio para afirmar sua masculinidade sem hostilidade.

O vencedor era a representação que reverberava o nacionalismo varguista no interior de um projeto de educação dos sentidos do homem brasileiro, que atendia os chamados e às imagens de uma sensibilidade moderna, para o engrandecimento material e moral do país.

Recibido: 31 de marzo de 2021.

Aceptado: 23 de julio de 2021.

Referências bibliográficas

- Alterosa (1940). *Inhameol*. Belo Horizonte, volume 2, número 11: dezembro.
- (1941). *Um fazendeiro nato*. Belo Horizonte, volume 3, número 21: dezembro.
- (1942). *Um industrial de raça*. Belo Horizonte, volume 4, número 27: junho.
- (1942). *Parker Vacumatic*. Belo Horizonte, volume 4, número 29: setembro.
- (1943). *Vinho reconstituente Silva Araujo*. Belo Horizonte, volume 5, número 37: maio.
- (1943). *Três anos de magnífico governo*. Belo Horizonte, volume 5, número 37: maio.
- (1943). *Creme Dagelle*. Belo Horizonte, volume 5, número 41: setembro.
- (1944). *Inauguradas pelo presidente Vargas as grandiosas obras da estância de Araxá*. Belo Horizonte, volume 6, número 49: maio.
- (1944). *É você um bom marido?* Belo Horizonte, volume 6, número 55: novembro.
- (1945). *Tricófero de Barry*. Belo Horizonte, volume 7, número 61: maio.
- (1945). *Coty*. Belo Horizonte, volume 7, número 61: maio.
- (1945). *Tapayuna*. Belo Horizonte, volume 7, número 64: agosto.
- (1945). *O marido ideal*. Belo Horizonte, volume 7, número 66: outubro.
- Badinter, E. (1993). *XY: sobre a identidade masculina*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Barbosa, M. (2009). “Comunicação e História: presente e passado em atos narrativos”. Em *Comunicação, mídia e consumo*, número 16, pp. 11-27.
- Barros, G. (2018). *Para a família do Brasil: o cultivo do corpo e a diversão em Belo Horizonte nas páginas da revista Alterosa (1939-1945)*. Tese, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

- (2017). “Bela e sadia! A mulher nas páginas da revista Alterosa (1939-1945) durante o Estado Novo e o processo de americanização do Brasil”. Em *Comunicação e Sociedade*, volume 32, pp. 191-209.
- Besse, S. (1999). *Modernizando a desigualdade: reestruturação da ideologia de gênero no Brasil (1914-1940)*. São Paulo: USP.
- Carvalho, K. (2011). “Em busca do tipo ideal: a perspectiva de reforma social dos médicos sanitaristas mineiros (1930-1940)”. Em *Revista Ágora*, número 12, pp. 1-21.
- Cedro, M. (2006). “A administração municipal do prefeito Juscelino Kubitschek: estética e planejamento da cidade de Belo Horizonte na década de 1940”. Em *Oculum ensaios*, número 5, pp. 81-91.
- Connel, R. e Messerschmidt, J. (2013). “Masculinidade hegemônica: repensando o conceito”. Em *Estudos Feministas*, número 1, pp. 241-282.
- Gomes, Â. M. de Castro (1999). “Ideologia e trabalho do Estado Novo”. Em Pandolfi, D. (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, pp. 53-72.
- Maia, C. (2011). “Genealogia da solteirona no Brasil”. Disponível: [<https://bit.ly/3FgH3AE>], acessado em 20/04/2017.
- Matos, M. I. (2011). “Cabelo, barba e bigode: masculinidades, corpos e subjetividades”. Em *Locus*, número 2, pp. 125-143.
- Mauad, A. M. (2007). “O poder em foco: imagens reservadas de homens públicos, uma reflexão sobre fotografia e representação social”. Em *Diálogos*, número 3, pp. 119-149.
- Mosse, G. Lachmann (2000). *La imagen del hombre: la creación de la masculinidad moderna*. Madrid: Talasa.
- Nolasco, S. (1993). *O trabalho como base para a identidade*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Ortiz, R. (2001). *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense.
- Padilha, M. (2001). *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20*. São Paulo: Annablume.
- Scott, J. W. (1995). “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”. Em *Educação e Realidade*, número 2, pp. 71-99. Porto Alegre.
- Taborda de Oliveira, M. A. (2011). “A educação dos sentidos na história: o tempo livre como possibilidade de formação”. Em Isayama, H. F. e Silva, S. R. (orgs.). *Estudos do lazer: um panorama*. Rio de Janeiro: Apicuri, pp. 35-50.

- (2017). “Diálogos sobre a história da educação dos sentidos e das sensibilidades”. Em Braghini, K. M. Z. e Munakata, K.; Taborda de Oliveira, M. A. (orgs.). *Apresentação*. Curitiba: UFPR, p. 19.