

Cabelo, barba e bigode: masculinidades, corpos e subjetividades

*Hair, beard, and mustache: masculinity,
bodies and subjectivities*

*Maria Izilda S. de Matos**

Submetido em agosto de 2011

Aprovado em outubro de 2011

Resumo:

Tendo como palco a cidade de São Paulo nas primeiras décadas do XX, espaço-tempo impregnado pelas referências de modernidade, esses escritos buscam analisar as questões da masculinidade, as representações dos corpos e subjetividades propalados pelos discursos médicos, reclames de medicamentos e higiene, destacando como esses elementos atuaram no processo de construção da masculinidade hegemônica.

Palavras-chave:

Masculinidade. Publicidade. Discurso médico.

Abstract:

Having as stage the city of Sao Paulo in the early decades of the twentieth century, a space-time permeated by the references of modernity, these writings seek to examine the issues of masculinity, the representations of bodies and subjectivities touted by medical discourses, advertisements of medicines and hygiene, and how these elements acted in the construction of hegemonic masculinity.

Keywords:

Masculinity. Advertising. Medical discourse.

* Profa. Titular da PUC/SP. Autora, entre outros livros, de: *Meu Lar é o Botequim*. São Paulo: Cia Editora Nacional, 2001; *Cotidiano e Cultura*. São Paulo: EDUSC, 2002; *O Corpo Feminino em Debate*. São Paulo: Ed. UNESP, 2003; *Âncora de Emoções*. São Paulo: EDUSC, 2005; *A cidade, a noite e o cronista*: São Paulo de Adoniran Barbosa. São Paulo: EDUSC, 2008. Contato: mismatos@puccsp.br

Corpo: uma experiência histórica

Na contemporaneidade, o corpo vem adquirindo uma centralidade, transformando-se em objeto de exposição, admiração, desejo e interferências. Já nos finais do século XIX e inícios do XX, táticas disciplinares e símbolos sociais modelavam os corpos com ombreiras, enchimentos, espartilhos, que adelgavam, davam volume e destacavam formas. Hoje, além da moda, na busca desses efeitos se internaliza o silicone, faz-se lipoaspiração e se modela os corpos nas academias e clínicas. Cresceram as ações destinadas a conhecer, interferir e embelezar os corpos: do fisiculturismo a musculação, passando pela onda regimes, cirurgias, técnicas de controle e manipulação, aparelhos, serviços, medicamentos, interferências na busca de um corpo belo, jovem e saudável.

Se antes o corpo encontrava-se envolto em mistérios, segredos, enigmas, instigando frente ao silêncio e discrição, tornou-se exposto, exibido, relevante, transformando-se uma “verdadeira sensação”. Esta posição destacada revela, mais do que o corpo mesmo, uma ordem social e simbólica que, assentada no corpo, ordena a essência, a função e o lugar das pessoas.

Neste processo de modificações, as reivindicações pelo direito do corpo e dos prazeres físicos foram bandeiras levantadas em vários momentos e por diferentes movimentos como o hippie, luta gay e o feminista, plataforma da “revolução sexual”. Nos últimos 50 anos, passou-se do corpo oculto para o corpo como locus da sensibilidade, sensibilidade e expressão.

No bojo dessas alterações, ampliou-se o interesse sobre o corpo enquanto objeto de investigação, tornando-o um tema-questão em diferentes disciplinas e áreas do conhecimento. Algumas áreas disciplinares de há muito já têm o corpo como objeto de estudo: medicina, pedagogia, diferentes modalidades: educação física, higiene, genética, economia, psicanálise, estética e artes plásticas (o corpo foi estudado, representado e admirado por artistas). Também foram focalizados os ditos corpos sociais nas Ciências Humanas; o Urbanismo construiu a noção da cidade-corpo, enquanto a Ciência Política interpretava o corpo do Estado.

Na historiografia, tais inquietações emergem com a abertura para “outras histórias”, focalizando novos objetos e abordagens. Nesse sentido, os sujeitos históricos adquiriram corporeidade e o corpo tornou-se sujeito da história, podendo-se observar que a construção do corpo tem historicidade, desafiando as reflexões dos pesquisadores.

Especialistas e campos disciplinares construíram sistemas de compreensão e interpretação sobre o corpo e seu desenvolvimento,

criando modelos e padrões. O modelo ideal esteve centrado no corpo jovem-saudável, a partir deles os outros são definidos e excluídos. Também foram constituídos modelos e normas de bom uso do corpo, valores normativos e reguladores de maneiras de se comportar, de combater, de se cuidar, alimentar-se, de residir, de saudar etc.

Na sua trajetória histórica, o corpo se constituiu como entidade óbvia, resultado de um longo e complexo processo de naturalização, processo esse regulador das ações e dinâmicas do corpo, que incluiu projetos biopolíticos que justificam hierarquias e diferenças entre homens e mulheres; crianças, jovens, adultos e velhos; brancos e negros; pobres e ricos; bonitos e feios; gordos e magros.

Pode-se considerar o corpo a partir de sua eloquência e de seus silêncios: no trabalho, na vida conjugal, no cotidiano, no âmbito médico, da igreja e do direito. Os corpos adquirem densidade e complexidade nos documentos investigados,¹ que mostram como eles foram concebidos, tratados e representados em relações com os demais corpos e com diferentes culturas, tornando-se uma construção infinita e um arquivo vivo capaz de expressar forças e fragilidades dos anseios humanos.

Ciente de que a vida é uma experiência histórica que se tem com e no corpo, nela o nascimento, crescimento, funcionamento do organismo (respiração, digestão, reprodução, necessidade de alimentação, sono, contato físico, sexo), doença, morte podem levar a pensar o corpo como constante e inquestionável, mas as formas como essas necessidades e funções físicas são entendidas, tratadas e praticadas contém diversidades, podendo ser entendidas como *habitus* corporal:

habitus corporal designa disposições, ou seja, maneiras de fazer, duradouras e transferíveis, vinculadas a uma determinada classe de condições de existência, que atuam como fundamento para produção e ordenamento de práticas e representações... e conformam uma dimensão fundamental de sentido e orientação social, bem como uma manifestação prática de experiência e da expressão do valor da própria posição social.²

O desafio para o historiador é entender como o corpo foi constituído, representado e vivido, focalizando o corpo enquanto processo, destacando como as experiências corpóreas foram constituídas por

1 A história do corpo contribui para os questionamentos das dualidades corpo/alma, natureza/cultura, saúde/doença, vida/morte, físico/mental, público/privado, médico/paciente.

2 GOMEZ, Zandra Pedraza. "Corpo, Pessoa e ordem social". In: *Projeto História*. São Paulo, EDUC, n. 25, 2002, p.87.

conhecimentos científicos, saberes populares e tradicionais, pessoais, grupais e culturais, e de que formas foram subjetivados.

Não se deve isolar corpo da cultura, não abstraindo fatos como nascimento, crescimento, alimentação, práticas sexuais e reprodutivas, doença, dor, emoções, movimentos, trabalho, aprendizagem, vestuário, morte. Além dos elementos que compõem a vida e seu ordenamento social, cabe observar a construção do corpo como sustentáculo de princípios éticos (contenção, abstinência, moderação, disciplina, frugalidade, persistência) sobre os quais foram erguidos princípios estéticos (como bom gosto, elegância, beleza, saúde, limpeza, moral, higiene, sexualidade, prazer, erotismo e naturalidade).³

O corpo sustenta dimensões invariáveis e variáveis, tais como: as temporais (marcos nascimento, morte, idades), espaciais (habitação, território), gênero (sexo, sexualidade, padrões de criação), identidade (classes, raças, religião), alimentação e abrigo. Para além dessas dimensões se entrecruzam percepções, sensitividades (olfato, visão, audição, tato e paladar), canais culturais de comunicação (movimentos, expressões, gestos, linguagens), usos e práticas, sensibilidades (dor, amor, espera, culpa, saudades, felicidade, etc.), tornando o corpo nossa âncora de emoções.

O corpo: análises e controles

O corpo sempre se apresentou como uma referência, algumas vezes impôs-se com eloquência, em outras esteve envolto em silêncios e ocultamentos. Desde os tempos de Hipócrates, o corpo e seu funcionamento geraram polêmicas, envolvendo um conjunto elaborado de justificativas médicas e biológicas. Mas foi a partir dos finais do século XVIII e, mais especificamente, no século XIX, que cresceu a área de influência médica, tornando o corpo, a família e a cidade assuntos para a discussão e interferência dos médicos.

A expansão da industrialização e urbanização, o crescimento desordenado da população e a maior circulação dos corpos, somados às dificuldades com alimentação, pobreza, epidemias e alta mortalidade, tornaram-se questões políticas. Nesse quadro de intensas mudanças, a medicina se institucionalizou, reorganizou seu estudo, técnicas e ensino, polemizando novas maneiras de ver os corpos, suas formas, funcionamento e cuidados. As preocupações com a mortalidade in-

3 CERTEAU, Michel de. "Histórias de corpos." In: *Projeto História*. São Paulo, EDUC, n. 25, 2002, p.408.

fantil e a luta pela saúde das crianças levou os médicos a focarem suas ações sobre os corpos, transformando a medicina em instrumento privilegiado de regulação física e moral.

As teorias de Pasteur e de Kock expandiram o paradigma microbiano e bacteriológico, que possibilitou outras formas de compreensão das causas das doenças, dos corpos e da higiene, bem como da transmissão das doenças, da ideia de contágio e de cura; era necessário mudar hábitos e atitudes,⁴ de tal modo que o papel do médico tornou-se decisivo na configuração das pautas normativas.

O cientificismo imperante nesse período permitiu aos médicos expandir o controle sobre a vida de homens e mulheres, normatizando os corpos e os procedimentos, disciplinando a sociedade, ordenando a sexualidade e os prazeres.⁵ Nesse sentido, o discurso médico apresentava a sociedade como um organismo caótico que necessitava ser regrado, estabelecendo uma oposição entre uma desordem real e uma ordem ideal, sendo a interferência do médico considerada indispensável.⁶

No Brasil, a abolição da escravidão e o advento da República coincidiram com o processo de expansão urbana, industrial e intensificação do movimento migratório. O novo regime republicano (cujo programa era influenciado pela doutrina positivista) concentrou suas atenções no binômio família/cidade, base da proposta de estruturação

4 Com o aperfeiçoamento do microscópio, o olhar médico sobre os corpos doentes foi redimensionado, já que foi possível a visibilidade do até então oculto, dando a conhecer uma grande variedade de microorganismos patogênicos, iniciando a valorização da profilaxia, da assepsia e da higiene como sinônimos de saúde. Assim, o indivíduo passou a ser visto como principal veículo de propagação, e gradativamente, as políticas de saúde públicas passaram a ser direcionadas para a educação e conscientização sanitária, centradas na proposta higienista, valorizando cada vez mais o papel dos médicos como os responsáveis por resolver os problemas do país.

5 A ação médica, vista enquanto discurso e prática, pode ser identificada como um modelo que indica e ilumina marcas de continuidade e mudança. Nesses discursos, as relações entre mudança e tensão social apresentam-se complexas. Numa tentativa de entender essas relações, optou-se por analisar o discurso médico de descrições normativas sobre os corpos, reafirmações e definições de funções, papéis.

6 A produção médica consultada constituiu-se de textos destinados a públicos diferenciados e, portanto, dotados de linguagens distintas: desde monografias, ensaios e teses, passando por boletins e revistas, até folhetos explicativos de divulgação. Colocando-se na posição de guias ou mentores, os médicos desqualificavam outras falas, criando um monopólio do discurso autorizado, pois oriundo de um conhecimento aplicado. A eles caberia indicar como e quando agir, como sanar, quando e como interceder. Não se identifica o discurso médico como unidade; ele contém tensões, particularidades e diferenças postas entre sanitaristas, higienistas, clínicos e eugenistas.

do Estado, no qual o conceito de pátria se assentava na família.⁷ Essa era vista como o sustentáculo de um projeto normatizador, cujo desenvolvimento reequacionou seu papel e sua inserção social na cidade, já que a nova família foi estimulada a desenvolver práticas sociais que se adaptassem à modernidade, ao “civilizado”.

Este período de efervescência do processo de urbanização coincidiu com o momento de institucionalização da medicina como produtora de um saber enquanto teoria e prática. O movimento associativo dos médicos se desenvolveu a partir dos anos finais do século XIX, concentrando-se inicialmente em questões pertinentes à regulamentação do exercício profissional, como a condenação ao charlatanismo e a definição de um código de conduta médica, temas que incentivaram a convergência dos profissionais em entidades da categoria.⁸

Corpos masculinos: representações nos discursos médicos

No período de 1890-1940, as campanhas médicas foram frequentes e organizadas por políticas públicas de controle sanitário-higienista, que procuravam envolver a todos numa verdadeira cruzada de combate.

Nos discursos médicos das campanhas,⁹ a família foi identificada como a “célula da sociedade”, devendo ser regenerada, civilizada e higienizada no processo de construção nacional. Entre as várias campanhas implementadas, as mais diretamente dirigidas aos homens foram as antialcoólicas e de combate às doenças venéreas.

O alcoolismo era reconhecido como patologia social¹⁰, foco de

7 CARVALHO, José Murilo de. *Os Bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi*. São Paulo: Cia das Letras, 1989, p. 63

8 A Sociedade de Medicina e Cirurgia de São Paulo foi criada em 1895 e a Faculdade de Medicina, em 1913. Cf. *Annaes da Faculdade de Medicina de SP*, 1926, v.1, p. 34

9 Os discursos de campanha estiveram centrados em três grandes questões: tuberculose, doenças venéreas e alcoolismo.

10 Várias foram as pesquisas localizadas sobre o alcoolismo, porém, todas são parciais e carregam dificuldades para que se possa efetuar uma análise mais detalhada. Porém, uma em particular, a realizada pelo médico Sampaio Eurico, apresentou um quadro mais completo de informações. Nesta investigação realizada entre os alcoólatras hospitalizados em 1922, num total de 280 pacientes, detectou-se, quanto ao gênero, que os homens eram o dobro das mulheres; quanto à instrução, 95% eram ou analfabetos ou com instrução rudimentar; quanto à idade, a maioria tinha entre 25 e 55 anos; quanto ao recorte étnico, a presença negra era destaque (justificada pelo autor como “falta de resistência ao tóxico e tara hereditária”) e, entre os imigrantes, aparecia alto índice de portugueses; quanto à ocupação, os lavradores e trabalhadores urbanos eram os mais atingidos, e, entre as mulheres, as cozinheiras concorriam com um amplo contingente, seguidas das domésticas e lavadeiras; quase todos eram elementos oriundos das “classes inferiores”.

preocupações sócio-higiênicas. Considerado uma anormalidade, fator de periculosidade social e degeneração, era também uma endemia, frente a qual se propunha o combate por meio de terapias preventivas — as campanhas.¹¹

Na luta contra o alcoolismo, as representações apontavam como o uso do álcool atingia os corpos masculinos: apagava a inteligência, a razão, os sentimentos éticos; acentuava a mudança do caráter, provocando uma excitação fugaz, seguida de abatimento nervoso, impulsões violentas, apatia, cólera intensa (principalmente nas discussões).¹²

O alcoólatra perdia a noção de honra, a conduta pública, o apreço pela família e amigos, fugindo das obrigações para com a sociedade, podendo caminhar para a obsessão, impulso criminoso, além dos males que deixava para a prole, degenerando a raça.¹³

Os filhos de pais alcoólatras recebiam o vício como herança, apresentando alterações da vontade, da persistência, da atenção e percepção; arruinava o senso moral. Esses filhos de pais alcoólatras abandonavam a escola, descambavam para o hábito de beber, tornavam-se também alcoólatras; debandavam para a vagabundagem e o crime, ocupando os hospícios e penitenciárias.¹⁴

Os discursos antialcoólicos pontuavam como o alcoólatra perdia a dignidade. O álcool imbecilizava os homens, levando-os à bancarrota, à animalização, à perda do sentimento ético, à indisciplina, transformando os homens em “feras”.

As referências ao alcoolismo, ao jogo, ao crime, à vagabundagem e à miséria encontravam-se atrelados, apontados como consequência direta sobre o homem, sua família e à sociedade. Também eram frequentes as relações loucura-alcoolismo e crime-alcoolismo, havendo certa unanimidade em que o álcool levaria à loucura e ao delírio.

Na fase mais aguda do alcoolismo apareceria a sistematização de sintomas: o alcoólatra era dominado pelo medo, pelo delírio de perseguição; tornava-se esquivo, covarde, e apresentava delírios de

11 As campanhas incluíam ações diversificadas: palestras e conferências, propaganda (cartazes, folhetos, etc), Semana Antialcoólica - voltadas primordialmente às classes populares, as “mais atingidas pelo mal”, já que os hábitos, o meio e a educação poderiam evitar o aparecimento e a difusão do alcoolismo.

12 CABRAL, Ponciano. “Contra o alcoolismo”. In *Revista Médica de São Paulo*. São Paulo, Escolas Typ.Salesiana, 1909, vol XII, n.23, pp.467-473.

13 EGGERS, Oswaldo. “Resultados da Sorotheapia Antiethylica”, in *Archivos de Biologia*. São Paulo, ano IV, nº 43/44, 1920, pp. 713/719.

14 MONTELEONE, Pedro. *Os cinco problemas da eugenia brasileira*. FMSP, 1929, pp. 61-66.

ciúmes, vivendo preso ao despeito e identificando em tudo a infidelidade conjugal. Entre os crimes comumente cometidos por alcoólatras destacavam-se os denominados “crimes de ciúmes”, decorrentes da “loucura de ciúmes” ou “ciúmes alcoólico”.

O alcoólatra sacrificava a profissão, a família e a dignidade, pois se encontrava envolto em apatia, nervoso, indiferente, sem energia, incapaz para o trabalho. Centrando-se na importância do trabalho, procurava-se destacar a identificação masculina com o trabalho, seu papel de provedor, logo, bom chefe de família.

Valorizava-se o homem por sua capacidade de ação, praticidade e objetividade, sucesso, força e iniciativa, e vinculavam-se os atributos da virilidade ao trabalho, que deveria desempenhar uma função central na vida do homem, fazendo-o sentir-se reconhecido e aceito socialmente. O trabalho cumpria também a função de nomear o mundo subjetivo do homem, fazendo-o por meio de uma tentativa de eliminar o que nele há de duvidoso, impreciso e disforme.

O homem teria sua função social de provedor viabilizada pelo trabalho (fonte básica de auto-realização, veículo de crescimento pessoal) sendo, através dele, reconhecido como homem. Sem o trabalho ele não poderia ser considerado como tal. Desta maneira, o sucesso da estratégia discursiva residia no fato de transformar o trabalho — em dois princípios do sistema — em padrão de masculinidade.

O ser trabalhador-provedor vincula-se à paternidade. O pai, além de provedor da alimentação, dar abrigo e amparo, deveria ser também exemplo. As denominações de bom pai, pai honrado, pai provedor se encontram sobrepostas às evidências do que seja o masculino; reforçam a imagem que socialmente se esperava de um homem. Fortalecia-se a imagem do pai provedor, do ponto de vista material, chefe autoritário, fundador da família, pai protetor e temido, com seus olhos fiscalizadores, defendendo a disciplina, a moral e a punição, baseado no cumprimento dos seus deveres e na sua autoridade, querido e respeitado por todos.

Ao afirmar que o álcool frutifica no espírito dos fracos, as representações apregoam que os homens deveriam se mostrar sempre fortes, racionais e capazes, contendo suas expressões de sentimentos. Vivendo quase que exclusivamente em campos competitivos, eles deveriam ser trabalhadores e capazes de sustentar a família.

Apregoava o homem digno, disciplinado, racional, adepto da perfeição moral, da cultura, do sentimento ético e da ordem, construtor do progresso pelo trabalho e disciplina: “Qual de vós reconhece na palavra de um alcoolista o sentimento de dignidade, que deve preponderar na

auréola de um homem que tem brio e que tem honra?”¹⁵ O alcoolismo desonrava e feria a dignidade masculina, seu brio. Reforçava-se a necessidade do homem de ser resistente, jamais manifestar dependência, sinais de fraqueza, principalmente devendo ser metódico, atento, racional e disciplinado. Assim, as representações refletem, cristalizam e mandam como mensagem um ideal de masculinidade.

Corpos masculinos: representações na publicidade

Em São Paulo, vivia-se a euforia da chegada de um novo século, o XX. Começava-se a conviver com as referências da modernidade e do progresso. Nas novas avenidas da cidade, recém iluminada pela *Light and Power*, no lugar dos antigos carros de parelha, tílburis e bondes a burro, eram encontrados os bondes elétricos circulando juntamente com os primeiros automóveis; os motores movimentavam as fábricas, máquinas fotográficas registravam o processo; também despontava o cinema, reproduzindo na tela a vida em contínuo movimento. Os ritmos e fluxos da cidade se alteravam, as ditas conquistas tecnológicas acenavam que o mundo nunca mais seria o mesmo.

Os desejos de modernidade se expandiam e se generalizavam, sob o influxo do crescimento industrial, comercial e financeiro. O processo de urbanização, num contexto de industrialização, crescimento do comércio e dos serviços levou a uma maior circulação dos corpos, aliada à expansão da circulação de periódicos, jornais diários e revistas para públicos variados, que veiculavam um número cada vez maior e diversificado de anúncios de produtos que também apareciam numa multiplicidade de cartazes espalhados pela cidade, nos bondes, dentro das farmácias, nos muros, nas avenidas, nos tetos dos edifícios, entre outros.

Nesse sentido, cabe destacar que essa produção publicitária projetava influenciar e aumentar o consumo, mas também transformava hábitos, educava e informava.¹⁶ Enquanto produto cultural reproduzia expectativas e práticas que circulavam socialmente; não inventava sentidos, mas recriava e reforçava, além de vender estilos de vida, sen-

15 VIEIRA, F. Marcondes. “A hereditariedade alcoólica”. In Archivos Paulistas de Hygiene Mental. São Paulo, Oficinas Graficas do Hospital do Juquery, 1930, p. 27.

16 O processo de subjetivação não é visto como destino inexorável de serialização de indivíduos, porque comporta simultaneamente a possibilidade de reapropriação, subentendendo que os sujeitos são agentes, aos quais se permitem escolhas. Escolhas que, embora não sejam ilimitadas, abrem espaço para a construção de algo, pois contrariamente às normas do controle, leva à reconquista do potencial da autonomia criativa. MATOS, Maria Izilda Santos de. *Âncora de Emoções*. *Op.cit.*

sações, emoções, visões de mundo e desejos, dentro de certa margem de autonomia dos receptores.¹⁷

Curar e prevenir

Entre os vários reclames, merecem realce os de tônicos, restauradores, elixires, reconstituintes e depurativos, nos quais emergiam as representações do corpo masculino. Entre esses, destacava-se o de *Bromil*, “A morte da morte”, elaborado (em 1910) por Yô-Yô em estilo *Art déco*, mesclando fantástico, ironia e arte. No centro da imagem, aparecia o diabo todo de vermelho, com expressão risonha e irônica. Ele surgia para salvar a vida de um velho moribundo e, das suas mãos vertiam, de um cacho de frutas, o “milagroso xarope Bromil”, espantando a Morte (representada por um esqueleto) que ceifava vidas, munida de sua foice.

Imagem 1



REVISTA: A Lua 1910

17 ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1990; MACHADO, Vanderlei, “A saúde da mulher e a virilidade masculina: imagens de corpo e gênero em anúncios de medicamentos - Florianópolis (1900-1930)” In: *Nuevo Mundo, Debates*. 2007. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/index4013.html>. Acesso em 22 set.2008.

Nos reclames de depurativos, produtos que anunciavam a limpeza do sangue, apregoavam-se a renovação e o rejuvenescimento, além do combate aos reumatismos, dores, infecções do sangue, doenças venéreas e pulmonares (tosses, asma, bronquite, tuberculose, escarros com sangue, rouquidão).

Merece menção o reclame do Xarope Peitoril de Alcatrão e Jatahy, veiculado em vários periódicos, desde 1905. A imagem, com a representação de três desenhos, tinha no topo os dizeres “Eu era assim”, referência a um passado remoto, mostrando uma figura já muito abatida. Em seguida outro desenho, este cadavérico, conectando a proximidade da morte, acompanhado do comentário “Cheguei a ficar quase assim!!!”. Finalmente, depois do uso do xarope e através de seus benefícios, conseguiu tornar-se “completamente curado e bonito”. As indicações aparecem ao final: cura das tosses, bronquites, asma, rouquidão e escarros de sangue.

Imagem 2

EU ERA ASSIM



Cheguei a ficar quasi assim !!!



Sufria horrivelmente dos pulmões,
mas graças ao milagroso Xarope pei-
toral de alcatrão e jatahy, prepara-
do pelo pharmaceutico Honorio do Prado

Consegui ficar assim !!



completamente curado e bonito
Esse xarope cura

**TOSSES
BRONCHITES
ASTHMA
ROUQUIDAO
E
ESCARROS DE SANGUE**

Preço do vidro..... 1#500

UNICO DEPOSITO NA
Capital Eederal
J M Pacheco & Comn

A cigarra 1915

As representações reforçavam o modelo do corpo masculino jovem, saudável, forte, robusto, atlético, ativo e viril,¹⁸ no qual o homem viabilizaria seu papel de trabalhador e provedor, possibilitando o exercício de suas funções de chefe de família, bom marido e pai, marcado pela racionalidade, disciplina e moderação. Em contra ponto emergiam as representações do velho, doente, fraco, curvado, abatido, cabisbaixo, com dores e tosses; sem iniciativas, com traços de fadiga física e mental; indolente, inútil e impotente (identificando a velhice, com a perda de virilidade e a proximidade da morte).

O anúncio da Emulsão de Scott veiculado, entre outros periódicos, em O Malho (1935), apresentava a imagem de um corpo masculino forte, montado em um cavalo em riste e portando a bandeira. Acompanhando o chamamento “Uma pátria é forte pela força dos seus filhos”; seguia-se a referência “pela família, pelo Brasil, pela humanidade fortaleça-se com Emulsão de Scott”.

Imagem 3



O Malho 1935

18 A construção do modelo de virilidade tem na força uma de suas principais expressões. Esse modelo foi constituído através do ajustes de valores aristocráticos (como honra) e novas sensibilidades assentadas no aspecto físico; certa conexão entre alma e corpo, interior e exterior. Cf. MOSSE, George. *L'image de l'homme. L'invention de La virilité moderne*. Paris: Éditions Abbeville, 1997, pp. 23-27.

Sugeria-se que se fortalecer era um compromisso social e papel cidadão. A “raça virilizada” realizaria as obras da nacionalidade, construindo o país do futuro, respondendo ao chamamento da pátria, gerando os filhos da nação, aperfeiçoando a espécie enquanto ações eugênicas.¹⁹

Vários reclames, entre eles os de tônicos, centravam suas mensagens na importância da força masculina, definindo-a e reafirmando-a como elemento central da masculinidade.²⁰ O “homem de verdade”, o “homem completo” deveria ser marcado pela força, energia, disposição e capacidade de luta; como contraste, caracterizava-se o homem desvirilizado (fraco, doente, frágil e velho) que não tinha condições de corresponder nem ao chamamento da pátria, nem ao papel de trabalhador e chefe de família.²¹

Tendo como base os preceitos higiênicos da época, na busca da cura e prevenção, os anúncios observavam que jovens tinham seu organismo depauperado, envelheciam precocemente por descuidar da saúde do sangue, do corpo (músculos, coração, nervos, ossos), da boa nutrição e funcionamento dos órgãos, além da musculatura forte e torneada. Vinculava-se a relação entre doença e velhice, identificada com a perda da virilidade e impotência. Lembrava-se que se tomassem as devidas precauções, mesmo na velhice, o homem poderia gozar dos atributos da masculinidade, como força e vigor, através do cuidado com a saúde.

Reforçavam-se os preceitos de moderação, como norteadores dos comportamentos masculinos (controle dos sentimentos, desejos e ações), difundindo o domínio das emoções, impulsos e uso da razão. O autocontrole subentendia o domínio das emoções, da irritabilidade e do mau humor, implicando cuidados com o sistema nervoso, bem como apregoavam a temperança, a vida regrada sexualmente, evitando-se os desvios e descaminhos.

19 A impotência sexual apresentava-se como um problema para a sociedade, da mesma forma que a sexualidade desregrada, antes e durante o casamento. Os filhos sadios seriam resultado de pais saudáveis, sendo que o perigo maior estava nas doenças venéreas, sendo a mais temida entre elas, a sífilis.

20 Se, nos anúncios voltados para os corpos masculinos, destacavam-se as vinculações entre saúde e força, tendo como contraste a doença e fraqueza, nos referentes ao corpo feminino surgem as conexões entre a saúde e a beleza, tendo em oposição a doença e a feiúra. Cf. SANT'ANNA, Denise B. “Cuidado de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil”. In: Políticas do Corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

21 MACHADO, Vanderlei. Entre Apolo e Dionísio: a imprensa e a divulgação de um modelo de masculinidade urbana em Florianópolis. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007, pp. 61 e segs.

Cabelo, Barba e bigode

Entre os vários reclames dirigidos ao público masculino destacavam-se os que divulgavam produtos de higiene, cuidados com a barba e os cabelos. Através desses reclames, podem-se observar as representações do corpo masculino.

Seria quase impensável ocupar posição de destaque no Brasil do século XIX e não ostentar, como atributos de virilidade, bigodes, cavanhaques, peras, suíças e barbas — sempre que possível acompanhados de fartas cabeleiras. Naquela época, os modos de homem,²² subentendiam demonstrar sapiência e respeito por meio desses elementos, além de outros, como os monóculos e bengalás. Mesmo os jovens procuravam tornar suas aparências mais velhas para representá-las como de austeridade e respeitabilidade. Tais procedimentos também significavam respeito à senilidade.

A difusão dos preceitos do higienismo e o estabelecimento de empresas nacionais e estrangeiras de produtos de higiene (particularmente a partir da década de 1920) popularizaram novos usos e hábitos, novidades vinculadas ao processo de modernização do país, com destaque para a necessidade e até prazer dos novos cuidados com o corpo.²³

Nos reclames de novos produtos dirigidos aos homens, percebe-se que as mensagens estiveram centradas na difusão de produtos para cabelos e barba. Como no anúncio da “Loção Phenomeno”, que mostrava um cartaz com esboço de rostos masculinos calvos e tristes, e, na sequência, com cabelos fartos e expressões alegres, anunciando que, para evitar a calvície e conservar a vasta cabeleira, bastava usar “Loção Phenomeno”.

22 FREYRE, Gilberto. *Modos de homem & modas de mulher*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

23 Entre 1900 e 1930, os anúncios eram nitidamente marcados pela perspectiva médica. SANT'ANNA, Denise B. “Cuidado de si (...)” *Op. cit.*

Imagem 4



Careta 1939 Careta 1939

Da mesma forma, em outro anúncio, o do “Petróleo Juvenia” destacava-se:

A elegância masculina está na ‘saúde’ dos cabelos! Petróleo Juvenia dá saúde aos cabelos! Petróleo Juvenia é um verdadeiro Tônico, que revigora a raiz do cabelo, deixa-os assentados o dia todo e os protege contra a caspa e a queda. Você gasta 3 segundos ao espelho... e ganha o dia inteiro de boa aparência ²⁴

Cabe ressaltar as alusões constantes a questões de higiene e saúde, as conexões entre saúde e beleza (no caso dos cabelos, a necessidade de tonificar, fortalecer e proteger da queda e da caspa). Sem se esquecer da menção constante à elegância, identificada com cabelos bem assentados, penteados, através de ações rápidas e eficientes “com apenas três minutos uma boa aparência todo o dia”.

Aspectos também presentes na divulgação do produto “Stacomb”,²⁵ cujo reclame enfatizava

²⁴ Revista O Cruzeiro, 1937.

²⁵ *Idem*, 1930.

O cabelo cuidadosamente penteado, indica refinamento e cultura; desganhado e revoltado, negligência e desleixo. Por isso, é recomendável o uso de Stacomb que domina o cabelo mais rebelde, conservando-o penteado, brilhante, sedoso e saudável. Use Stacomb para trazer o cabelo sempre alinhado.

Em oposição à negligência, desleixo e descuido, difundia-se que a apresentação elegante era signo de destaque social e nela a importância dos cuidados com os cabelos. Os cabelos deveriam ser alinhados, brilhantes, sedosos, saudáveis e marcando uma boa aparência, refinamento e distinção.

Outra estratégia utilizada era vincular a boa aparência com a admiração, conquista amorosa e sedução. Um homem de bom gosto, apuro, impecável e elegante, caracterizar-se-ia por uma aparência cuidada, atraente e distinta; como resultado, obteria o sucesso amoroso e admiração das mulheres.

Imagem 5



O Cruzeiro 1937

O reclame de “Glostora” (1937) apresentava um homem com expressão tristonha e magoada, com certo ar de inveja, pois se encontrava só. Em outro plano do cartaz, havia homens acompanhados e cercados de mulheres. Ironicamente apresentava os dizeres: “Alguém devia dizer a ele que... Glostosa fixa sem empastar e amacia sem engordurar”.

As alusões à sedução também aparecem em produtos de barbear: “Nada de barba nem bigode porque as mulheres gostam de: cara limpa, macia e do cheiro de loção de barbear”, dizia o reclame de “Aqua Velva” (1929). Além disso, o mesmo produto destaca “para uma sensação gostosa depois da barba... experimente Aqua Velva,” reforçando já as questões de certo prazer com os cuidados com o corpo (no caso, no pós- barba).

As referências à distinção, à elegância e à sedução somam-se as de limpeza, higiene e assepsia, além dos perigos da contaminação, que apareciam reiteradamente.

Imagem 6



A Cigarra 1943

As identificações aos preceitos de higiene e saúde com a modernidade, as ditas facilidades, praticidades e eficiências da vida moderna, eram destacadas nos anúncios de “Gillette”,²⁶ nos quais aparecia um homem distinto, bem penteado, barbeado e trajado; encontrava-se sentado, cercado pela esposa e filha, que lhe acariciam o rosto, tendo

26 O aparelho de barbear “Gillette” foi criado em 1895, por King Gillette e teve a sua propagação durante a 1ª. Grande Guerra, quando foi distribuído entre os soldados. No Brasil, foi difundido também nesse período, destacando seus méritos no que se refere ao fazer a barba: rapidez, perfeição, modernidade, higiene e assepsia.

à frente o produto – o aparelho de barbear e a lâmina Gillette, com destaque para a marca. Acompanhando, seguia o texto elucidativo: Não seja veículo, de moléstias perigosas! V.S.

não calcula as perigosas infecções de que poderá ser veículo para sua família, servindo-se de navalhas usadas por outras pessoas. Acautele-se! Passe a fazer a barba em casa, com sua própria navalha. Compre uma Gillette. Somente assim, V.S. se premunirá e aos seus, contra repulsivas moléstias, tão fáceis de adquirir através da pele. Desfrute desde hoje, das vantagens que Gillette proporciona.

Questionavam-se certos hábitos e práticas, como o frequentar a barbearia e o uso de navalhas sem a devida higiene. Observava-se como essas práticas poderiam ser foco de contaminação de “repulsivas moléstias”, reforçando as vantagens a serem desfrutadas pelo uso de Gillette.

Nesses reclames, destacava-se os cuidados com o corpo (particularmente barba e cabelo), assentados nos princípios de higiene, saúde e praticidade, vinculando-os às referências de distinção, elegância e sedução (tomando precauções em evitar cuidados excessivos, a vaidade abusiva, que poderia significar que os homens estariam se feminilizando.

Considerações finais: circularidade dos discursos

A vida é uma experiência histórica com e no corpo, sendo o processo de construção-descoberta do corpo infinito e seu conhecimento interminável. Torna-se necessário problematizar as práticas e representações corporais, buscando recuperar como o corpo foi construído, representado e vivido, como suas experiências foram constituídas por conhecimentos científicos e saberes populares e como esses foram subjetivados.

A circularidade entre os discursos médicos e a propaganda, articulados às ações do Estado, Igreja, medicina, escola e mídia, constituíram num reforço mútuo através do qual se apregoaram padrões constitutivos da masculinidade hegemônica.²⁷ Neste processo o tornar-se homem

27 As reflexões sobre a masculinidade hegemônica permitem perceber as exclusões nas variações nos comportamentos masculinos e femininos que não se encaixam nos seus preceitos, variando em diferentes momentos históricos numa trama discursiva normativa sobre mulheres e homens, não se constituindo num referencial fixo, mas como uma relação historicamente móvel e provisória, que contém a masculinidade subordinada, cúmplice e marginalizada. Cf. CONNELL, Robert W. *Masculinities: knowledge, power and social change*. Berkeley/Los Angeles: University of California

foi resultado de um complexo processo de naturalização, que regulou as ações e dinâmicas do corpo, constituíram projetos bio-políticos, justificando hierarquias e diferenças.

Em oposição aos alcoólatras, velhos²⁸ e doentes, valorizava-se o corpo masculino jovem, saudável, forte, robusto, ágil, atlético, resistente, ereto e viril, com características de distinção e elegância. Apreciava-se nos homens a capacidade de ação, praticidade e objetividade; os comportamentos moderado, racional, distinto, controlado (nas suas emoções e paixões); também deveriam ser disciplinados, metódicos e trabalhadores. Através do trabalho, concretizava-se o potencial masculino para ser provedor e bom chefe de família (pai e marido). Reforçava-se a virilidade com a identificação com a heterossexualidade, sexualidade com potência e frequência. Assentada no “casamento higienizado”, a sexualidade devia ser contida, possibilitando filhos saudáveis e futuros cidadãos do país, na busca do progresso eugênico.

Cabelo, barba e bigode:
masculinidades, corpos
e subjetividades

Press, 1995; CONNELL, Robert W. “Políticas da masculinidade”. In: Educação e realidade. Porto Alegre, n.20, v.2, 1995, pp. 185-206. ALMEIDA, Miguel Vale de. *Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade*. Lisboa: Fim de Século, 1995.

28 No processo de construção da masculinidade hegemônica foram contínuas as referências e diferenciações do modelo feminino. Outro elemento de oposição/diferenciação foi ao velho, feio, frágil, doente, inútil, limitado; cabendo lembrar todos os debates e polêmicas na construção da questão da velhice, como a medicalização (geriatria – discursos e práticas), asilamento, legislação previdenciária, desafio de desenvolver uma história da longevidade e das representações da velhice como o corpo excluído.

Locus:
revista de
história,
Juiz de Fora,
v. 17, n.02
p. 125-143, 2011