

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DA NATUREZA
INSTITUTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**“CARIOCAS NÃO GOSTAM DE DIAS NUBLADOS”:
IMAGENS DA CIDADE E A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO
BALNEÁRIO DO RIO DE JANEIRO NA REVISTA O CRUZEIRO**

LOHANNE FERNANDA GONÇALVES FERREIRA

RIO DE JANEIRO

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DA NATUREZA
INSTITUTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

LOHANNE FERNANDA GONÇALVES FERREIRA

**“CARIOCAS NÃO GOSTAM DE DIAS NUBLADOS”:
IMAGENS DA CIDADE E A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO
BALNEÁRIO DO RIO DE JANEIRO NA REVISTA O CRUZEIRO**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Cesar da Costa Gomes

RIO DE JANEIRO

2022

Ficha Catalográfica

LOHANNE FERNANDA GONÇALVES FERREIRA

“CARIOCAS NÃO GOSTAM DE DIAS NUBLADOS”:
IMAGENS DA CIDADE E A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO BALNEÁRIO
DO RIO DE JANEIRO NA REVISTA O CRUZEIRO

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Cesar da Costa Gomes

Aprovada em: __ / __ / ____

Orientador: Prof. Dr. Paulo Cesar da Costa Gomes (UFRJ)

Profa. Dra. Ana Brasil Machado (UFRJ)

Prof. Dr. Rafael Winter Ribeiro (UFRJ)

Profa. Dra. Maria Isabel de Jesus Chrysostomo (UFV)

Prof. Dr. Marcelo Antônio Sotratti (UERJ)

RIO DE JANEIRO

2022

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e ao Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG) por tornar possível a educação pública de qualidade. Sempre foi um sonho estudar na UFRJ e fazer parte do corpo discente dentro de um dos melhores programas de pós-graduação do Brasil é um sonho pessoal e profissional realizado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa através das bolsas de Doutorado e de Doutorado Sanduíche no Exterior (Edital Capes/Cofecub) concedidas ao longo de quatro anos. Sem o suporte financeiro de fomento à pesquisa, este trabalho possivelmente não teria se realizado.

Ao meu orientador, professor Paulo Cesar da Costa Gomes, por ter me recebido no Grupo de Pesquisa Território e Cidadania e por ter compartilhado toda sua sabedoria com generosidade ao longo dos últimos anos. Foi um privilégio enorme trabalhar com você. A professora e coorientadora Leticia Parente Ribeiro pela atenção dedicada ao trabalho todas as vezes em que precisei de ajuda e orientação. O seu brilhantismo intelectual é inspirador. E ao professor Marcos Paulo Ferreira de Góis, por acompanhar também essa trajetória. Aos três, não sei se agradeço mais as suas competências ou generosidades. Fico com os dois agradecimentos. Acredito que apenas pessoas competentes podem ser generosas, pois sabem que as ideias e o conhecimento não são como os bens materiais, que têm donos. Um “muito obrigada” muitíssimo especial pelo espaço e diálogos nos últimos anos.

Ao professor Laurent Vidal pela participação e contribuições na banca de qualificação em 2019 e também pelo acolhimento em La Rochelle durante o período de supervisão de doutorado sanduíche. Ao professor Rafael Winter Ribeiro também pelas contribuições e dedicação de tempo e leitura ao meu exame de qualificação.

Aos funcionários e professores do PPGG e da UFRJ que ainda realizam a difícil missão de entregar uma educação superior gratuita e de qualidade no Brasil. Em especial agradeço ao Bruno, secretário do programa que tantas vezes me ajudou quando necessário. E ao professor e, no início do doutorado, coordenador do PPGG, Manoel Fernandes, pelas burocracias resolvidas.

Meus agradecimentos aos alunos de graduação e pós-graduação do Grupo de Pesquisa Território e Cidadania. Caio, Rafael, Thomaz, Igor, Renato, André, Bernardo, Julia, Léo, Clara, Bia e demais membros do grupo, obrigada pela construção de conhecimento. Cada encontro e cada debate em que estive presente foram sempre muito instigantes. Em especial ao meu amigo Rogério com quem tive o prazer de compartilhar muitos dias felizes e caminhadas balneárias pelas praias e portos de La Rochelle. Obrigada pela companhia quando estava longe de todos, minha experiência certamente foi muito mais especial graças a você, amigo querido. E um agradecimento especial à Gabi, que tive o prazer de me aproximar no retorno do sanduíche e com quem compartilhei muitos momentos divertidos. Obrigada por me incentivar sempre.

Um agradecimento aos professores e pesquisadores membros do projeto Balneomar, que fomentaram as ideias dessa tese. Foi também ao longo do projeto e de alguns encontros, trabalhos de campo e discussões que fizemos que alguns pensamentos foram surgindo. Um especial agradecimento aos professores Marcelo Antônio Sotratti, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Isabel Chrysostomo, da Universidade Federal de Viçosa (UFV), pelos conhecimentos compartilhados nos momentos em que estivemos juntos. A professora Ana Brasil por aceitar fazer parte da banca avaliadora dessa tese.

Aos meus familiares que me apoiaram nessa jornada, mesmo sem entender o que eu fazia da minha vida. Em especial à minha mãe, que sempre teve muito orgulho do caminho que eu segui e sempre apoiou as minhas escolhas, sem questioná-las ou diminuí-las.

Aos meus amigos por toda leveza dos finais de semana e dos momentos compartilhados. Karina, mais uma vez obrigada por me emprestar seus ouvidos

e seu colo. Você é uma das pessoas mais competentes que eu conheci nessa jornada acadêmica e eu tenho muita sorte de ter você como amiga e parceira na minha vida. Larinha, mais uma vez seguimos juntas nesse perrengue final da tese e te agradeço muito por compartilhar comigo as mesmas alegrias e angústias da pós-graduação. Também agradeço aos meus amigos geógrafos Carla e Mendel, vocês me fizeram rir muitíssimo ao longo desses anos e são inspirações para mim. Além de amigos incríveis, vocês são professores maravilhosos! À Bia, Mari, Thaianne, Camilla, Liza, Rê, Duda e Biazinha, por compartilharem comigo muitos dias felizes e por me fazerem esquecer por alguns instantes que eu tinha uma tese para terminar. E aos meus queridos Bibi e Rita!

E por último e mais importante ao meu amor Arize pela compreensão incondicional ao longo da jornada de pós-graduação e, mais do que isso, pelo carinho de sempre. Obrigada pelo seu companheirismo. E por ter segurado as pontas comigo durante essa longa e angustiante travessia.

EPÍGRAFE

“A vida devia ser duas; uma para ensaiar, outra para viver a sério. Quando se aprende alguma coisa, está na hora de ir.”

João Ubaldo Ribeiro - A Casa dos Budas Ditosos

RESUMO

FERREIRA, Lohanne Fernanda Gonçalves. **“Cariocas não gostam de dias nublados”**: imagens da cidade e a construção de um imaginário balneário do Rio de Janeiro na revista **O Cruzeiro**. 2022. 228 fl. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

O Rio de Janeiro do começo do século XX tentava se impor como uma cidade moderna. As transformações urbanas pelas quais a cidade passou nesse período demonstram claramente essa vontade. A expansão da cidade para a costa atlântica e a ocupação, primeiramente, de Copacabana, se juntaram a essa tentativa de ser moderno. Nesse mesmo momento, os balneários despontavam na Europa como espaços onde a modernidade era praticada. Também no começo do século XX, **O Cruzeiro** surgia com a promessa de ser a mais moderna das revistas ilustradas, fosse pelas técnicas utilizadas na impressão, pela circulação nacional ou pela maneira como os temas eram tratados na revista. Surgiam dois grandes projetos de modernidade: a transformação da cidade em um balneário e a circulação nacional de **O Cruzeiro**. Dessa forma, o objetivo central da presente tese é compreender como se deu o processo de construção do imaginário balneário do Rio de Janeiro a partir das imagens vinculadas ao espaço litorâneo e publicadas na revista **O Cruzeiro** durante o século XX. O banco de dados utilizado para fazer o levantamento da pesquisa foi a Biblioteca Nacional Digital, repositório que cumpre um importante papel de preservação documental e da memória das publicações que circularam no país. Ao todo, foram lidas mais de 8.500 reportagens, colunas e propagandas indexadas com as palavras-chave “praia” e “banho de mar”. Dentre estas, separamos 1.184 ocorrências que nos interessavam mais diretamente, de onde tiramos as imagens que foram analisadas no presente trabalho. A partir da análise das imagens e de alguns textos que as acompanhavam, a hipótese desta tese é a de que **O Cruzeiro** foi um importante suporte por onde circularam modelos de ideias, narrativas e, principalmente, imagens das praias cariocas e, assim, a revista ajudou a construir e a consolidar o imaginário balneário da cidade do Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Imaginário; Balneário; Rio de Janeiro; **O Cruzeiro**; Imagens.

ABSTRACT

FERREIRA, Lohanne Fernanda Gonçalves. **“Cariocas don't like cloudy days”**: images of the city and the construction of an imaginary bathroom in Rio de Janeiro in the magazine **O Cruzeiro**. 2022. XXX fl. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Rio de Janeiro at the beginning of the 20th century tried to impose itself as a modern city. The urban transformations that the city underwent in this period clearly demonstrate this will. The expansion of the city to the Atlantic coast and the occupation, primarily, of Copacabana, joined this attempt to be modern. At the same time, spas emerged in Europe as spaces where modernity was practiced. Also at the beginning of the 20th century, *O Cruzeiro* emerged with the promise of being the most modern of illustrated magazines, whether due to the techniques used in printing, national circulation or the way in which the themes were treated in the magazine. Two great projects of modernity emerged: the transformation of the city into a spa and the national circulation of *O Cruzeiro*. In this way, the main objective of this thesis is to understand how the process of construction of the imagery of the seaside resort of Rio de Janeiro took place from the images linked to the coastal space and published in the magazine *O Cruzeiro* during the 20th century. The database used to carry out the research survey was the National Digital Library, a repository that plays an important role in document preservation and the memory of publications that circulated in the country. In all, more than 8,500 articles, columns and advertisements indexed with the keywords “beach” and “bath of the sea” were read. Among these, we separated 1184 occurrences that interested us more directly, from which we took the images that were analyzed in the present work. From the analysis of the images and some texts that accompanied them, the hypothesis of this thesis is that *O Cruzeiro* was an important support through which models of ideas, narratives and, mainly, images of the beaches of Rio de Janeiro circulated and, thus, the magazine helped to build and consolidate the beach resort imagery of the city of Rio de Janeiro.

Keywords: Imaginary; Seaside; Rio de Janeiro; *O Cruzeiro*; Images.

RESUMÉ

FERREIRA, Lohanne Fernanda Gonçalves. **“Les cariocas n'aiment pas les jours nuageux” : images de la ville et construction d'une imaginaire balneaire à Rio de Janeiro dans le O Cruzeiro**. 2022. XXX fl. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Rio de Janeiro au début du XXe siècle a tenté de s'imposer comme une ville moderne. Les transformations urbaines que subit la ville à cette époque témoignent bien de cette volonté. L'expansion de la ville vers la côte atlantique et l'occupation, principalement, de Copacabana, ont rejoint cette tentative d'être moderne. Dans le même temps, les spas émergent en Europe comme des espaces de pratique de la modernité. Toujours au début du XXe siècle, O Cruzeiro voit le jour avec la promesse d'être le plus moderne des magazines illustrés, que ce soit par les techniques d'impression, la diffusion nationale ou la manière dont les thèmes sont traités dans le magazine. Deux grands projets de modernité voient le jour: la transformation de la ville en station thermale et la circulation nationale d'O Cruzeiro. Ainsi, l'objectif principal de cette thèse est de comprendre comment s'est déroulé le processus de construction de l'imagerie de la station balnéaire de Rio de Janeiro à partir des images liées à l'espace côtier et publiées dans la revue O Cruzeiro au cours du XXe siècle. La base de données utilisée pour réaliser l'enquête de recherche était la Bibliothèque numérique nationale, un référentiel qui joue un rôle important dans la conservation des documents et la mémoire des publications qui ont circulé dans le pays. Au total, plus de 8 500 articles, chroniques et annonces indexées avec les mots clés «plage» et «bain de mer» ont été lus. Parmi ceux-ci, nous avons séparé 1184 occurrences qui nous intéressaient plus directement, dont nous avons tiré les images qui ont été analysées dans le présent travail. À partir de l'analyse des images et de certains textes qui les accompagnaient, l'hypothèse de cette thèse est que O Cruzeiro a été un support important à travers lequel ont circulé des modèles d'idées, des récits et, principalement, des images des plages de Rio de Janeiro et, ainsi, le magazine a contribué à construire et à consolider l'imagerie balnéaire de la ville de Rio de Janeiro.

Mots-clés: Imaginaire; balneaire; Rio de Janeiro; O Cruzeiro; Images.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: RECORTE DA REPORTAGEM	22
FIGURA 2: SUR LA PLAGE, DE EDOUARD MANET, 1873	31
FIGURA 3: CARTAZ DAS EXCURSÕES PROMOVIDAS PARA AS PRAIAS ATLÂNTICAS DA FRANÇA, SÉCULO XIX	32
FIGURA 4: CASA DE BANHOS DE MAR NA PRAIA DE SANTA LUZIA, POR AUGUSTO MALTA	37
FIGURA 5: PLANTA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO DA DÉCADA DE 1820 COM DESTAQUE EM VERMELHO PARA AS PRAIAS DO BOQUEIRÃO, SANTA LUZIA E CALABOUÇO	38
FIGURA 6: RECORTE DO DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, ANÚNCIO DE 21/01/1830	40
FIGURA 7: COPACABANA FROM FORTE DE LIMA (LEME), 1825-1826, DE CHARLES LANDSEER	41
FIGURA 8: MAPA DO RIO DE JANEIRO [ENTRE 1885-1905] COM ENFOQUE NA REGIÃO CENTRAL, MAIS HABITADA ATÉ AQUELE MOMENTO	43
FIGURA 9: COPACABANA EM 1895 ONDE HOJE É O POSTO 6, POR MARC FERREZ	47
FIGURA 10: CHARGE DA REVISTA PARA TODOS, 19 DE MARÇO DE 1927	52
FIGURA 11: RECORTE DE ARTIGO DA REVISTA DA SEMANA, 1916.	54
FIGURA 12: CAPA DO JORNAL BEIRA-MAR, DE 21 DE MARÇO DE 1926	57
FIGURA 13: ARTIGO “BANHOS DE MAR” DE CLARA LUCIA PARA A REVISTA DA SEMANA	59
FIGURA 14: VISTA AÉREA DAS PRAIAS DO LEME, COPACABANA E IPANEMA – JORGE KfURI (1920)	64
FIGURA 15: PRAIA DE COPACABANA - 1941, GENEVIEVE NAYLOR	66
FIGURA 16: CAPA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA REVISTA CRUZEIRO (1928)	72
FIGURA 17: TEMA NOSSAS PRAIAS NA EDIÇÃO ESPECIAL DE 15 DE DEZEMBRO DE 1928	77
FIGURA 18: REPORTAGEM SOBRE O LANÇAMENTO DA REVISTA	81
FIGURA 19: SÉRIE – OS CLUBES PRAIANOS	120
FIGURA 20: AS PIN-UPS DE ALCEU PENNA I	125
FIGURA 21: AS PIN-UPS DE ALCEU PENNA II	126
FIGURA 22: AS PIN-UPS DE ALCEU PENNA III	127

FIGURA 23: SÉRIE – CARROS, PRAIA E MODERNIDADE	131
FIGURA 24: SÉRIE - PROPAGANDAS	138
FIGURA 25: SÉRIE – QUERO SER MORENA.....	141
FIGURA 26: SÉRIE – A VALORIZAÇÃO DAS “GAROTAS BEM TOSTADAS”	144
FIGURA 27: SÉRIE - COPACABANA SEM RETOQUE	149
FIGURA 28: SÉRIE – AS RESSACAS NA ZONA SUL	152
FIGURA 29: SÉRIE - FAIXAS DE AREIA NO ARPOADOR	155
FIGURA 30: SÉRIE – AS FORTES RESSACAS ENGOLEM A FAIXA DE AREIA.....	158
FIGURA 31: PROPAGANDA DO BRASIL NO EXTERIOR PELA EMBRATUR, 1983	163
FIGURA 32: RECORTE DE MAPA TURÍSTICO (1974-1980).....	164
FIGURA 33: SÉRIE – VERÕES DA DÉCADA DE 1970	166
FIGURA 34: SÉRIE - VERÃO 1971	170
FIGURA 35: SÉRIE – MULHERES NA AREIA.....	171
FIGURA 36: SÉRIE - TANGAS.....	172
FIGURA 37: SÉRIE – ABERTURAS DE REPORTAGENS	176
FIGURA 38: SÉRIE – UM HEDONISMO BALNEÁRIO.....	181
FIGURA 39: “O ATLETA DE RAMOS”	185
FIGURA 40: SÉRIE - MÚSCULOS EM REVISTA	187
FIGURA 41: SÉRIE – Os ‘GOSTOSÕES’ DAS PRAIAS	196
FIGURA 42: SÉRIE – OS HOMENS DE RAMOS.....	212
FIGURA 43: SÉRIE – AS MULHERES DE RAMOS.....	213
FIGURA 44: SÉRIE - RAMOS	214
FIGURA 45: CAPA DA REPORTAGEM RAMOS – 40 GRAUS À SOMBRA	215
FIGURA 46: SÉRIE – AQUI, RAMOS	216

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: FORMA CONTEÚDO	110
QUADRO 2: FORMA EXPRESSÃO	110

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

GRÁFICO 1: OCORRÊNCIAS POR DÉCADA: PALAVRA-CHAVE "BANHO DE MAR"	104
GRÁFICO 2: OCORRÊNCIAS POR DÉCADA: PALAVRA-CHAVE "PRAIA"	106
GRÁFICO 3: COMPARAÇÃO ENTRE AS DUAS PALAVRAS-CHAVE	107

LISTA DE ABREVIATURAS

BN – Biblioteca Nacional

BND – Biblioteca Nacional Digital

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IMS - Instituto Moreira Salles

MIS – Museu da Imagem e do Som

UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFV – Universidade Federal de Viçosa

SUMÁRIO

<i>INTRODUÇÃO</i>	18
<i>Parte I - Dois projetos de modernidade: o balneário e a revista O Cruzeiro</i>	29
1. <i>A produção do espaço balneário: transformações da cidade e cultura urbana sob os novos parâmetros de modernidade e civilidade</i>	30
1.1 Entre orlas e avenidas: um Rio de modernidades	34
1.2 Rio de Janeiro: vocação balneária e metrópole à beira-mar	49
2. <i>O Cruzeiro: um projeto de apresentação do Brasil aos brasileiros</i>	67
2.1 Um projeto de revista moderno e a construção de um imaginário balneário	68
2.2 Falando aos brasileiros: uma apresentação do Brasil moderno	80
3. <i>Sobre imagens e imaginários</i>	88
3.1 As imagens e a construção de imaginários espaciais	89
3.2 A abordagem da tese	97
3.2.1 Método e fontes da pesquisa	98
3.2.2 Operacionalização da pesquisa e categorias e análise	108
<i>PARTE II - Um álbum de imagens de um estilo balneário</i>	113
4. <i>Temas de uma modernidade balneária</i>	114
4.1 “Cariocas são modernos”: a consolidação de uma modernidade propriamente balneária	116
4.2 “Cariocas são dourados”: o bronzamento como um elemento fundamental da sociabilidade praiana	132
4.3 “Cariocas são atentos”: visibilidade dos problemas das praias cariocas	145
5. <i>Sujeitos e personagens balneários: atores de uma cena carioca</i>	159
5.1 “Cariocas são tão sexys”: o corpo feminino como elemento central das praias cariocas	160

5.2 “Cariocas nascem craques”: associação entre corpos masculinos, músculos e esportes _____	183
5.3 “Cariocas tem sotaques”: Ramos, a praia do suburbano _____	197
<i>CONSIDERAÇÕES FINAIS</i> _____	217
<i>REFERÊNCIAS</i> _____	223

INTRODUÇÃO

A Geografia é uma disciplina que sempre apresenta novas possibilidades de investigação. A criatividade instiga os pesquisadores da área a criarem abordagens originais e ampliarem os horizontes laborais. É importante que expliquemos logo no começo da redação da tese o caminho que percorremos para chegar até aqui. O interesse pessoal pelo recorte espacial e temático mais amplo, o Rio de Janeiro, se manifesta desde a graduação. Ao longo desse caminho, as pesquisas desenvolvidas seguiram abordagens diferentes, mas todas concentradas em dois eixos principais: as imagens e a cidade do Rio de Janeiro.

No doutorado, nosso interesse particular se cruzou com um projeto de pesquisa desenvolvido e articulado entre pesquisadores brasileiros e franceses, dentre eles o coordenador brasileiro do projeto e orientador do presente trabalho. No começo de 2018 recebemos a agradável notícia de aprovação na seleção de projetos para o Edital Capes-Cofecub e a garantia do financiamento da pesquisa pelos quatro anos seguintes e que, no último ano, se transformou em cinco por conta da Pandemia do Novo Coronavírus. Surgiram ali os primeiros esforços para a construção e andamento do projeto intitulado *“Balneomar: a produção do espaço balneário nas cidades litorâneas”*¹. O objetivo central do projeto de pesquisa *Balneomar* é analisar, na longa duração, a produção do espaço balneário nas cidades francesas e brasileiras. As análises produzidas no projeto foram feitas a partir de um duplo movimento: a produção de uma morfologia específica dos balneários e a produção de uma cultura balneária, desdobrada em diferentes dimensões.

Nesse sentido, a ideia inicial da tese foi se aproximando das discussões do Projeto *Balneomar*² e ganhando novos objetivos e novos caminhos de análises. Apresentamos de antemão a questão que fundamenta a tese:

¹ Site do projeto Balneomar, com todas as informações sobre as equipes, coordenação, publicações, descrição do projeto e produções realizadas desde 2017 pelos membros do projeto. <https://balneomar.wordpress.com/projeto/>.

² Em 2019 e 2021 foram publicados dois dossiês temáticos com trabalhos dos pesquisadores envolvidos no projeto. O primeiro dossiê foi publicado no número 39 (2019) da Revista Franco-Brasileira Confins. O segundo dossiê foi publicado no número 16 (2021) da Revista Terra Brasilis (Nova Série).

entendendo que as praias da cidade do Rio de Janeiro se apresentam como símbolos que referenciam um estilo de vida praiano e ao mesmo tempo marcam a heterogeneidade social desses espaços (O'DONNELL, 2013), nosso objetivo é compreender *como se deu o processo de construção do imaginário balneário do Rio de Janeiro a partir das imagens vinculadas ao espaço litorâneo e que circularam na revista O Cruzeiro*. Para adentrar nessa temática, introduzimos o debate a partir da construção desses balneários e das transformações sociais e culturais que esses espaços trouxeram.

Ainda na primeira metade do século XVIII, a prática do banho de mar surgiu a partir de uma demanda social e cultural pautada, sobretudo, nas premissas medicinais e higienistas daquela época. O litoral, outrora espaço que evocava ideias hostis, tornou-se um objeto central na vida moderna da aristocracia e da burguesia. A vilegiatura balneária³, que surgiu por volta de 1730 na Inglaterra, acendeu a necessidade de um novo modelo urbano, arquitetônico e cultural a partir de então, e transformou consideravelmente esses espaços e suas paisagens. Séculos mais tarde, esse lugar balneário viria a ser destino privilegiado do turismo de massa no cenário global.

A partir desse quadro, destacamos que o processo que construiu e consolidou as cidades balneárias tal qual conhecemos atualmente não foi um movimento espontâneo dado unicamente pela morfologia desses lugares. Ele requisitava, para além de uma série de aparatos urbanos, alguns comportamentos e códigos sociais compartilhados que ditavam os modos de vida no balneário. Essa construção comportamental que regia aqueles espaços tampouco foi espontânea, como veremos no debate teórico nos próximos capítulos do presente trabalho.

O movimento de valorização do litoral enquanto lugar de vilegiatura iniciado na Europa ainda no século XVIII teve conseqüente influência no Brasil desde pelo menos o fim do mesmo século. E, ao contrário do que apresenta boa parte da literatura historiográfica no Brasil sobre o tema, o banho de mar não era apenas uma receita médica, apesar de ter ganhado força a partir dessa

³ Vilegiatura pode ser compreendido como um período de lazer, férias e repouso que acontece em casas de praia ou de campo.

ideia. De acordo com Barickman (2016), desde o século XIX o ato de banhar-se estava profundamente relacionado com a prática de lazer. É importante destacar que estar na praia nesse período era uma atividade que se realizava sobretudo na água. As praias já eram assim denominadas enquanto forma física, mas não existia na época a expressão “ir à praia”. Dizia-se “tomar banho de bar”⁴, “banhar-se” ou “ir ao banho”, por exemplo.

Ao final do século XIX e, sobretudo, no começo do século XX, o *locus* do lazer nas praias deslocou-se definitivamente do mar para as areias, e novas práticas passaram a reger quem frequentava aqueles lugares. O tempo de permanência nesses espaços passou a ser gerido por diversas atividades que surgiram para ocupá-lo. O banho de mar deixou de ser o ponto alto da jornada e, muitas vezes, nem era mais fundamental. Consequentemente, a praia passou a ser símbolo de novos comportamentos que vinculava seus frequentadores àquele lugar e faziam desse espaço um terreno de disputas materiais e simbólicas. Esse é o contexto que a presente pesquisa tem interesse em compreender, partindo de um estudo que tem como objeto o imaginário balneário do Rio de Janeiro. Essa construção aconteceu de diversas maneiras e sob os mais variados suportes: cartões postais, filmes, músicas, fotografias etc. Uma das questões que foram levantadas inicialmente era a difícil missão de escolher uma fonte que desse conta da construção desse imaginário e, ao mesmo tempo, trouxesse novas perspectivas e olhares para um objeto que foi tantas vezes explorado em várias áreas do conhecimento.

Por isso, para operacionalização da tese, a revista *O Cruzeiro* foi escolhida e serviu como a fonte para a base de dados das imagens que ajudaram na construção da pesquisa. Pretendemos indicar como os quadros de representação social de uma determinada cultura, foram sendo historicamente elaborados pelas imagens ao longo da história de *O Cruzeiro*. A revista *O Cruzeiro* foi a primeira revista semanal ilustrada do Brasil. Era um

⁴ Um exemplo: em nota do Diário do Rio de Janeiro, em 21 de Janeiro de 1830, publica-se o interesse em alugar uma casa para tomar banho de mar. “Preciza-se alugar huma casa para pequena familia, em alguma parte, *propria para se tomar banho do mar*, sendo na Praia Grande, S. Domingos, ou também na ponte do Cajú, Sacco dos Alferes, ou na praia S. Diogo; dirija-se á rua da Ajuda N. 21” (Grifos nossos)

grande veículo de comunicação que foi lançado simultaneamente em todas as capitais brasileiras em 10 de novembro de 1928 pelo empresário pernambucano Assis Chateaubriand. A revista foi, por anos, o carro chefe do conglomerado de comunicação chamado Diários Associados, que se materializava em revistas, jornais, canais de rádio e, mais tarde, emissoras de TV. Ganhou o título de maior conjunto comunicacional da América Latina e era dono dos grandes sucessos da comunicação no século XX.

A escolha da fonte que dá suporte a essa pesquisa baseou-se em duas premissas. A primeira delas foi a circulação nacional da revista. A segunda foi a produção e divulgação de imagens. Evidentemente muitas outras revistas circularam nesse período, inclusive outras ilustradas de grande sucesso. No entanto, *O Cruzeiro* se destacava pela variedade e diversidade de imagens utilizadas, numa política quase agressiva de divulgação, fundamental para a própria existência da revista. Além disso, foi apenas em 1953 que surgiu uma concorrente direta de *O Cruzeiro*: a revista *Manchete*, pensada e editada pelo jornalista Adolfo Bloch que, procurando um diferencial relevante, “apostava na não utilização de manchetes sensacionalistas, imprimindo toda a força das reportagens em ilustrações e fotografias de personalidades e eventos” (KLANOVICZ, 2017, p. 15). Dado o fato de que a revista *Manchete* surgiu 25 anos depois e, inicialmente, possuía outro enfoque, *O Cruzeiro* se tornou o veículo privilegiado da nossa análise. Além disso, também não podemos deixar de mencionar que a possibilidade de englobar um tempo muito extenso, da década de 1920 até a década de 1980, foi relevante para a escolha da revista como fonte de pesquisa.

Também devemos mencionar que, para além da relevância científica, das hipóteses, questionamentos e objetivos da pesquisa, o tema e a fonte também passaram a ter um sentido mais pessoal. Primeiro veio o encontro com o acervo da revista a partir de outra perspectiva: uma descoberta inusitada no segundo ano de doutorado me fez olhar com outros olhos para o acervo. Em uma tentativa de explicar para minha avó com o que eu trabalhava e, mencionando *O Cruzeiro* como fonte de pesquisa, ela lembrou que, quando criança, meus bisavós concederam uma entrevista para um jornalista da

revista. O tema central foi o risco da perda do terreno e da casa onde moravam em Irajá, lugar de residência da minha avó até os dias atuais. A imagem abaixo é um recorte dessa reportagem, que conta uma parte da história da minha família.

Figura 1: Recorte da reportagem



Fonte: Biblioteca Nacional Digital

Além disso, minha avó muito me ensinou também sobre a história das praias, apesar de nunca ter morado próximo às praias mais badaladas da cidade e não pisar na areia há mais de 20 anos. Quando criança, minha avó morou por pouco tempo na atual Rua Evaristo da Veiga, na Lapa e durante

esse período ela e suas irmãs eram assíduas frequentadoras da antiga Praia do Calabouço, onde hoje está situado o Aeroporto Santos Dummont – região central da cidade. Esses dois elementos pessoais, trouxeram outros vínculos para essa pesquisa, sobretudo o olhar para o acervo da revista *O Cruzeiro*. Não são apenas personagens que ilustram as folhas de cada número. São também suas histórias, suas vidas e seus vínculos com as praias da cidade do Rio de Janeiro. E a maneira como a revista construía essas narrativas, ajudaram a torná-la um grande sucesso de vendas no século passado e um influente meio de comunicação.

A influência da revista *O Cruzeiro* na vida cotidiana dos brasileiros era indiscutível. Dos nascidos até a década de 1970 ou 1980, é difícil encontrar quem não conheça ou não tenha ouvido falar da revista. *O Cruzeiro* tinha grande relevância na construção e consolidação de hábitos, principalmente àqueles ligados a um estilo de vida cosmopolita. Por isso, uma das hipóteses do presente trabalho é a de que a revista foi um meio fundamental para construir e disseminar para o Brasil a ideia do Rio de Janeiro como um lugar balneário e modelo de modernidade. A cidade, ainda capital, era o grande exemplo do que havia de mais moderno no país e estava sempre evidenciando tudo que era novo. No começo do século XX, o balneário era também uma dessas novidades que começava a extrapolar fronteiras dentro da própria cidade, ajudando a expandir territórios, hábitos e culturas para a região atlântica.

Precisamos também deixar algumas definições esclarecidas desde o começo do trabalho. Primeiramente, a palavra *balneário* aparecerá repetidamente no texto. Nós podemos compreendê-lo como um adjetivo, como quando o termo apareceu na França por volta de 1875: *balnéaire*. Nesse sentido, qualifica situações: bairros balneários, estabelecimentos balneários, médicos balneários etc. Esse adjetivo estava fundamentalmente ligado aos banhos de mar nesse período. Por outro lado, podemos compreendê-lo também como um substantivo, sendo utilizado para designar um conjunto de prédios e estéticas arquitetônicas ligadas ao uso terapêutico do banho de mar. Outro termo que aparecerá frequentemente na tese é balnearização. Podemos

compreender a *balnearização* como um processo de transformação dos espaços e das práticas vinculadas a esses espaços. É um processo dentro de um tempo, é a transformação de um bairro ou de um lugar.

Para dar conta do encaminhamento teórico e da abrangência do nosso tema de pesquisa, sem que nos afastássemos da nossa fonte, organizamos o trabalho em duas partes, que serão apresentadas rapidamente. Na primeira, faremos um debate teórico e metodológico sobre os temas que dão sustentação à tese. Esta parte está dividida em três capítulos. Os dois primeiros capítulos trazem os dois projetos de modernidade que dão base para nossas discussões: o balneário e a revista *O Cruzeiro*.

O primeiro capítulo intitulado “*A produção do espaço balneário: transformações da cidade e cultura urbana sob os novos parâmetros de modernidade e civilidade*” concentra-se nos debates sobre a produção do espaço balneário e as transformações da cidade e da cultura urbana sob os novos parâmetros de modernidade instituídos no começo do século XX. No primeiro subcapítulo, “*Entre orlas e avenidas: um Rio de modernidades*”, examinamos a gênese da produção do espaço balneário e o caminho percorrido até o Rio de Janeiro. Buscamos compreender de que maneira essas novas formas urbanas do balneário se vinculavam às ideias de civilidade e de modernidade, em especial na referida cidade. No segundo subcapítulo, “*Rio de Janeiro: vocação balneária e metrópole à beira-mar*”, apresentamos a maneira como a cidade foi sendo construída simbolicamente a partir de uma suposta vocação balneária, inerente ao lugar e aos seus moradores.

O capítulo dois, “*O Cruzeiro: um projeto de apresentação do Brasil aos brasileiros*”, disserta sobre outro projeto de modernidade que também nascia nesse mesmo período e na mesma cidade: a revista *O Cruzeiro*. No seu editorial de lançamento, ela se apresentava como o que havia de mais moderno entre as revistas ilustradas no Brasil, desde as novas técnicas de impressão ao conteúdo abordado páginas adentro. No primeiro subcapítulo, “*Um projeto de revista moderno e a construção de um imaginário balneário*”, veremos que a revista pode ser compreendida como uma encomenda de Getúlio Vargas e estava também alinhada ao projeto de uma unidade nacional.

O caminho: apresentar o Brasil aos brasileiros. Nos encaminhamos para o segundo subcapítulo, *“Falando aos brasileiros: uma apresentação do Brasil moderno”*, em que dissertamos sobre como a revista era, em alguma instância, uma insistente tentativa de apresentar os aspectos modernos do país, em especial do Rio de Janeiro.

O capítulo três, *“O imaginário como um álbum de imagens”*, concentra-se nos aspectos metodológicos adotados para operacionalizar os objetivos da pesquisa. Realizamos no primeiro subcapítulo, *“Imaginação geográfica e a consolidação de imaginários espaciais”*, um debate sobre questões de imagem, imaginário e geografia. No segundo subcapítulo, *“A abordagem da tese”*, fazemos uma apresentação do método de análise das imagens, bem como um detalhamento das categorias que foram criadas para analisar nosso banco de dados. Também evidenciamos todas as dificuldades encontradas no processo de seleção das imagens no acervo da Biblioteca Nacional Digital (BND) e as estratégias que encontramos para superá-las.

Os capítulos seguintes compõem a segunda parte da tese, destinada à análise dos resultados da pesquisa. Essa segunda parte está dividida em dois capítulos e trata da construção de um imaginário balneário a partir das imagens da revista. Em alguns momentos, recorreremos também aos textos que estavam vinculados às imagens, quando estes continham informações que dialogavam diretamente com elas e ajudavam na construção de nossa análise.

Destacamos que parte dos títulos dos nossos subcapítulos das análises faz menção direta à letra da canção *Cariocas* de Adriana Calcanhotto, ouvida diversas vezes durante o processo de escrita do trabalho. A repetição da expressão “Cariocas são” durante a música qualifica e ilustra o discurso sobre quem são os cariocas e cria uma espécie de identidade discursiva que “acionada, rememora e atualiza essas noções de *o que são os cariocas*” (SOUZA, 2021, p. 165).

Entre canções que ajudavam a enredar o processo de escrita e a laboriosa e repetitiva observação das imagens, descobrimos um grande caminho de diálogos entre quem são os cariocas da música de Adriana

Calcanhotto e as imagens do nosso acervo. Quase como uma epifania, encontramos a ponte entre as palavras e as imagens. Em alguns momentos, parecia que os trechos da música haviam sido pensados para cada um de nossos subcapítulos. Montamos algumas séries de fotografias que se destacavam e se repetiam diversas vezes, de maneiras muito similares, dentre as 1.184 ocorrências levantadas para a tese e que também dialogavam com os *Cariocas* de Adriana Calcanhotto.

Desta forma, a primeira parte dos títulos dos subcapítulos de análise traz alguns trechos da música que possuem adjetivos aderentes ao que identificamos como elementos importantes na construção do imaginário balneário no Rio de Janeiro. Utilizamos esse recurso mais pitoresco na titulação dos capítulos para elucidar características que observamos e, também, para reforçar o caráter trivial, de fenômeno do cotidiano, do nosso objeto de estudo. Afinal, tanto a ciência quanto a poesia podem transverter cenas da rotina em alvos da produção de conhecimento ou da arte. A segunda parte de cada um dos subtítulos se dedica a situar mais formalmente o leitor no aspecto teórico abordado na respectiva seção.

O primeiro capítulo dessa segunda parte, *“Temas de uma modernidade balneária”*, está dividido em três subcapítulos. O primeiro subcapítulo, *“Cariocas são modernos: a consolidação de uma modernidade propriamente balneária”*, apresenta esses primeiros caminhos da construção da modernidade balneária. Repetidas vezes as praias cariocas e a maneira de estar nesses lugares se apresentaram como um eixo importante da revista e estavam reiteradamente relacionados ao discurso moderno. O segundo subcapítulo, *“Cariocas são dourados: o bronzamento como um elemento fundamental da sociabilidade praiana”*, apresenta um dos temas mais debatidos no começo do século: o ato de se bronzear. Se no começo, como veremos mais a frente, ter a pele mais morena estava associada ao trabalho manual e, conseqüentemente, às classes menos abastadas, anos mais tarde estar nas areias para se bronzear se tornaria uma prática tão fundamental quanto banhar-se no mar e, em alguns momentos, até mais importante. O terceiro subcapítulo, *“Cariocas são atentos: visibilidade dos problemas das praias cariocas”* traz alguns temas

que também ganharam espaço e visibilidade nas páginas de *O Cruzeiro*: alguns problemas urbanos que envolviam as praias. Os problemas apresentados nesse subcapítulo ajudaram a criar as narrativas que, até hoje, são debatidas diariamente. Há outro elemento importante nesse aspecto que é a busca às praias menos urbanas – característica das praias cariocas, já que estas estariam em constante processo de degradação por conta do crescimento da cidade.

O último capítulo da tese intitulado *“Personagens de uma modernidade balneária”* está dividido também em três subcapítulos. O primeiro, *“Cariocas são tão sexys: o corpo feminino como elemento central nas praias cariocas”*, traz o elemento que mais apareceu e mais se relacionou com o imaginário balneário do Rio de Janeiro. Como veremos, os corpos femininos foram objeto central na maior parte das imagens coletadas. O segundo subcapítulo, *“Cariocas nascem craques: associação entre corpos masculinos, músculos e esportes”*, apresenta a maneira como os homens foram sendo retratados, quase como um culto à boa forma física e a estreita relação entre as atividades praticadas à beira-mar e o a manutenção da saúde. O último subcapítulo da tese, *“Cariocas tem sotaques: Ramos, a praia do suburbano”*, traz um tema ainda pouco abordado. Ramos teve pouca visibilidade comparada às praias do Centro ou da Zona Sul e foi, durante décadas, desprivilegiado e invisibilizado em diversos aspectos. Veremos que essa praia foi ocupada pelas classes menos abastadas e seus frequentadores eram principalmente os trabalhadores, muitos inclusive eram migrantes nordestinos. Por isso foi escolhido esse trecho da canção, ainda que sua composição não tenha sido pensada para tal “sotaque”.

Por fim, vale destacar que trouxemos diversos tipos de imagens para análise ao longo do trabalho. Fotografias, charges, desenhos, ilustrações, cartazes, mapas etc. são algumas das imagens que foram incorporadas no nosso texto. Na Parte II da tese, onde estão algumas das imagens extraídas do levantamento da revista, não nos limitamos somente às fotografias, tampouco somente ao que comumente se considera uma imagem. Perderíamos um precioso material, principalmente nos primeiros anos da revista, caso

ignorássemos a variedade iconográfica das publicações. Como vamos ver nas próximas páginas, *O Cruzeiro* era uma revista ilustrada e, por isso, as imagens possuíam uma centralidade importante na construção narrativa da revista. Trouxemos algumas dessas imagens para pensar sobre como elas, repetidamente publicadas ao longo de décadas, fomentaram em alguma medida a maneira como o Rio de Janeiro foi e ainda é visto.

Parte I - Dois projetos de modernidade: o balneário e a revista O Cruzeiro

1. A produção do espaço balneário: transformações da cidade e cultura urbana sob os novos parâmetros de modernidade e civilidade

Na Europa, a temporada balneária nas cidades litorâneas e nas estações termiais de países como França, Portugal e Espanha já estava plenamente incorporada desde o século XIX. O desfrute hedonístico fez a praia se transformar, sem muitas contradições, de um “território do vazio”, como define Corbin (1989), em um itinerário da civilização. O Brasil, que seguia as tendências de civilidade e modernidade ditadas pela Europa e pelos Estados Unidos, não tardou em importar esses hábitos e a construir, a partir de determinados comportamentos e modelos específicos, seu próprio lugar no imaginário social. Na prática, isso significou uma verdadeira e renovada produção do espaço litorâneo.

O lugar balneário foi construído ao longo dos séculos e se instituiu como central na vida moderna. Sua missão inicial era de origem terapêutica: as elites urbanas europeias – aristocratas e burgueses enriquecidos pelo comércio e pela indústria – saíam das grandes cidades fugindo do clima insalubre para desfrutar dos ares marítimos com o princípio de restaurar a saúde. As primeiras cidades balneárias na Europa surgiram em áreas virgens, geralmente nos arredores de cidades portuárias e necessitavam de um aparato urbano que fosse suficiente para a estadia dos seus visitantes.

Tão logo essas mudanças ocorreram, viu-se um repentino crescimento da curiosidade sobre esse lugar à beira-mar. Na arte, por exemplo, pintores manifestaram o recente interesse do homem pela praia em suas pinturas, como a famosa obra de 1873 de Edouard Manet. A obra intitulada “Sur la plage” (Figura 2) foi pintada durante o verão em que o artista passou em Berck-sur-Mer, uma localidade francesa situada no Canal da Mancha. A imagem retrata sua esposa e seu irmão num momento de contemplação da paisagem marítima e nos dá alguma ideia dos hábitos comuns nos balneários europeus da época. A pintura não foi só imaginada no cenário litorâneo, mas foi pintada *in loco*. Isso se confirma pela existência de grãos de areia misturados na tinta do quadro.

Figura 2: Sur la Plage, de Edouard Manet, 1873



Fonte: Musée D'Orsay (site oficial da instituição)

Corbin (1989) nos dá algumas informações sobre como esse processo de desenvolvimento das cidades balneárias aconteceu. Seguido pelos novos descobrimentos feitos pela oceanografia ao longo do século XVIII na Inglaterra, a classe médica foi a grande promotora das mais frequentes excursões para o litoral, fundamentadas nas ideias terapêuticas da água salgada e fria. Nesse contexto, a centralidade do mar como lugar destinado ao tratamento se difundiu a partir da segunda metade do mesmo século, quando as pessoas passaram a buscar nos ares marítimos o alívio das angústias da vida da cidade moderna. Na Europa, o discurso higienista e medicinal da vilegiatura ganhou cor quando, após a Revolução Industrial, as cidades passam a ser cada vez mais aglomeradas e insalubres. O discurso da temporada no litoral ganhou, então, força entre as elites locais.

Uma vez domesticado pela legitimidade do discurso médico, o mar passou, então, a mudar de figuração na vida social. Essa mudança se refletiu também na produção dos espaços litorâneos e na construção de novas paisagens urbanas. As novas necessidades requisitavam novos equipamentos. Os litorais franceses seguiram a tendência britânica e incorporaram suas praias atlânticas (Figura 3) e mediterrâneas ao circuito de vilegiatura marítima no século XIX.

Figura 3: Cartaz das excursões promovidas para as praias atlânticas da França, século XIX



Nessa história contada sobre a relação do homem com o mar, não é possível identificar o momento exato do início do desejo de estar na praia. Proposto pela maioria dos autores em concordância, existem três momentos fundamentais que não podem ser esquecidos nessa relação. No primeiro momento, que começa na segunda metade do século XVIII e vai até a primeira metade do século XIX, a praia era fundamentalmente frequentada com finalidades terapêuticas. A partir do final do século XIX até meados do século XX, transformou-se em objeto de lazer, sociabilidade e distinção social. E, a partir da segunda metade do século XX, converteu-se em lugar de consumo.

Essa interação e o contato com os espaços naturais, incluindo os litorâneos, tornaram-se elementos importantes nas estratégias de ostentação de uma posição social mais elevada. As análises sobre as teorias da “inauguração” desses lugares litorâneos das estâncias balneárias nos permitem perceber que a gênese do banho de mar e da vilegiatura marítima surgiu associada ao comportamento de uma elite e como prática de distinção social (MACHADO, 2000). Esse comportamento associado a um grupo específico perdurou até o século XX, quando o balneário sofre profundas transformações em decorrência de diversas medidas, principalmente no que tange às férias pagas e a popularização dos acessos a esses lugares.

Nesse contexto, um novo mundo de objetos e práticas começou a se desenvolver a partir das novas necessidades sociais do indivíduo. De trajes específicos para o banho de mar a carruagens para entrar na água, o balneário surgiu como um novo modelo particular de produção do espaço urbano. De maneira orquestrada, começava um novo momento da história das cidades e das interações sociais a partir do balneário. Essas práticas não tardaram a transformar a praia em um palco de sociabilidades e comportamentos específicos. Como definiu O'Donnell (2013, p. 92), “moldada pela codificação de costumes e pela elaboração de estratégias de distinção, relacionando ‘cuidados individuais pessoais’ a ‘novos esquemas de apreciação’, engendrando, assim, modelos inéditos de comportamento”, a praia transformou-se num lugar singular.

No Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, esse processo se construiu de forma muito semelhante. Os hábitos balneários que faziam sucesso na Europa, foram, aos poucos, sendo incorporados na cidade, sob o lema da modernidade. Barickman (2016) apresenta, a partir de sua análise das campanhas de moralização das praias na primeira metade do século XX, a dificuldade de introduzir os hábitos modernos no Rio de Janeiro que configuravam as praias europeias décadas antes, bem como, a resistência das elites mais conservadoras em se abrirem para um estilo de vida praiano que tomaria conta da região atlântica da cidade no começo do século XX. Para compreender esse processo e suas incorporações e resistências, é preciso indicar alguns caminhos que abriram espaço para tal transformação.

No presente capítulo vamos apresentar as principais mudanças urbanas e culturais que fizeram parte da sociedade carioca e estavam atreladas ao processo de balnearização da cidade. Inicialmente trataremos de algumas transformações da cidade. Discutiremos a desvalorização das paisagens litorâneas na própria produção do espaço urbano no Rio de Janeiro. Em seguida, trataremos das ideologias higienistas que tomaram conta do discurso intelectual da cidade e ajudaram na expansão urbana para outras regiões, como a Zona Sul, a partir também da valorização dos ares marítimos.

Em um segundo momento, discutiremos as culturas urbanas que emergiram a partir dos novos comportamentos sociais que, atrelados ao espaço, desenvolveram estilos de vida originais vinculados especificamente às praias. Na década de 1920, a construção desse estilo balneário foi estimulada pelos imaginários e modelos importados de outros países, principalmente da França e dos Estados Unidos e já circulavam pelas revistas, como *O Cruzeiro*, que ditavam os novos parâmetros que deviam ser seguidos em uma cidade moderna. Esse debate sobre outro projeto de modernidade nos encaminha para o capítulo 2 do trabalho, que tratará especificamente da revista *O Cruzeiro*.

1.1 Entre orlas e avenidas: um Rio de modernidades

Restingas, dunas, rochedos e cordões arenosos eram os elementos naturais que delimitavam o continente e o mar. Durante séculos, o litoral atlântico do Rio de Janeiro foi um lugar inóspito. A expansão urbana para essa região deslanchou a partir do final do século XIX. Até meados desse mesmo século, as praias mais frequentadas eram as da baía de Guanabara. A vida urbana funcionava em torno dos ancoradouros da cidade, que estavam localizados na região central, no interior da baía.

O banho de mar com fins terapêuticos se popularizou ainda no reinado de Dom João VI. Segundo Andreatta (2019), Dom João foi submetido aos banhos de mar regularmente por causa de uma enfermidade contraída na época. Os banhos foram realizados na praia do Caju, onde hoje existe a Casa de Banho Dom João VI⁵. Essa antiga praia passou por intensas mudanças, assim como o todo litoral da cidade. Essas mudanças no Rio de Janeiro acompanharam e foram acompanhadas por diversas transformações sociais daquele período. Segundo Andreatta (2019, p. 44),

O desenvolvimento do litoral atinge seu ápice no início do século XX, com a construção do cais da Gamboa, o porto moderno e seus serviços; assim, finalmente, a praia se caracteriza como mais um âmbito da frente marítima da cidade, tão importante quanto os demais. As praias que originalmente funcionavam como balneário foram gradualmente sendo urbanizadas, do centro à orla oceânica, construindo uma história da cidade e de sua cultura urbana.

Para Machado (2008, p.43), “a ideia de estruturar, modernizar e embelezar a cidade do Rio de Janeiro, sem dúvida, tem seu período mais marcante a partir da segunda metade do século XIX.” Foi com o advento da República que surgiu a necessidade de transformar a cidade e torná-la moderna. Essas transformações foram impulsionadas e influenciadas pela Belle Époque francesa. Como vimos na introdução deste capítulo, no final do século XIX, os banhos de mar já eram a grande moda entre as elites europeias. Para entender como essas transformações foram, aos poucos, alterando a

⁵ Atualmente o casarão abriga o Museu da Limpeza Urbana, fechado por tempo indeterminado.

cartografia da cidade, precisamos compreender as transformações urbanas ocorridas no Rio de Janeiro durante esse mesmo período.

Os primeiros estabelecimentos destinados ao banho de mar no Rio de Janeiro surgiram na região central, principalmente nas praias de Santa Luzia e do Calabouço, hoje já desaparecidas da cartografia carioca. Abaixo podemos observar uma das casas de banho da época (Figura 4). A fotografia foi tirada por Augusto Malta no final do século XIX, faz parte da coleção do Museu da Imagem e do Som e retrata uma Casa de Banhos de Mar. Esses estabelecimentos eram usados principalmente pela elite carioca, mas serviam também aos empregados do comércio que entravam cedo nas lojas e escritórios. Segundo O'Donnell (2013), na década de 1870 já existiam sete estabelecimentos desse tipo só na praia do Boqueirão. Eram administrados principalmente por italianos e franceses e tiveram um grande crescimento nas décadas seguintes. Essa expansão das casas de banhos de mar pela cidade mostravam a grande popularização da prática na cidade. No começo do século XX, a expansão para a Zona Sul da cidade e as intensas reformas urbanas trouxeram novas mudanças para os adeptos do banho de mar.

Figura 4: Casa de banhos de mar na Praia de Santa Luzia, por Augusto Malta



Fonte: Acervo George Ermakoff

Nesse mesmo período, a cidade ainda estava centrada ao redor da zona portuária e, conseqüentemente, a vida das pessoas circundava também essa região. Na planta da cidade do Rio de Janeiro do começo do século XX (Figura 5), destacados em vermelho, na parte inferior, estão as antigas praias do Boqueirão, de Santa Luzia e do Calabouço. Como a região central da cidade era a mais ocupada naquele período e os caminhos que levavam à região atlântica ainda estavam sendo construídos, os banhos de mar aconteciam principalmente nessas praias.

Figura 5: Planta da cidade do Rio de Janeiro da década de 1820 com destaque em vermelho para as praias do Boqueirão, Santa Luzia e Calabouço



Fonte: BND

Em meados do século XIX, no Rio de Janeiro e em outras grandes cidades portuárias do Brasil como Recife e Salvador, as praias não eram ainda difundidas como espaços de lazer dos moradores das cidades. Como aponta Winter (2016, p. 60),

[...] a relação da cidade com o mar se dava quase que unicamente por meio de sua função portuária, dos banhos de mar indicados por médicos, da contemplação ou como local de deposição dos dejetos; porém, aos poucos, essa relação começou a se transformar.

Quando a francesa Adèle Toussaint-Samson chegou ao Rio de Janeiro em meados do século XIX, escreveu em seus relatos a maneira como as praias portuárias da cidade eram tratadas.

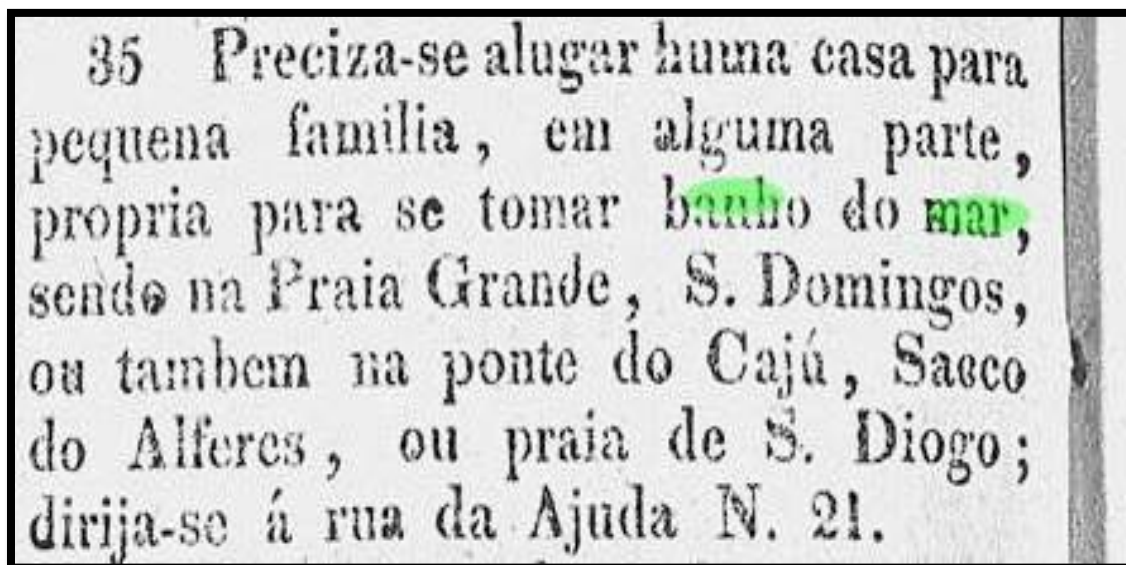
Os negros lançam-se à água e levantam-me em seus braços robustos para pôr-me em terra, pois as margens da baía não são mais que vaso infecto, donde detritos de toda espécie apodrecem exalando emanções nauseabundas. Essa foi a nossa primeira desilusão. Aquelas praias que de longe nos pareciam tão belas e tão perfumadas, eram o receptáculo de imundices da cidade. Depois, ela foi saneada por esgotos. (TOUSSAINT-SAMSON, 2003 [1883], sem página)

A cidade ainda carecia de uma estrutura sanitária e uma rede de esgotos que tratasse os dejetos produzidos. Essas transformações ocorreram décadas mais tarde. Durante o século XIX, as paisagens marítimas eram constantemente negligenciadas, muitas vezes por esses motivos mencionados acima. Não é estranho pensar, portanto, sobre o próprio desenho urbano do Rio de Janeiro, que foi pensado de costas para o mar, valorizando a cidade e a vida pública dentro dela e não a paisagem marítima. Os grandes palacetes da região central da cidade, construídos no século XIX, são voltados para a cidade. Com o passar do tempo e com a transformação da relação da sociedade com o mar, conseqüentemente, a cidade passou a se desenhar a partir de um novo ponto de vista, que valorizava a paisagem beira-mar. Esse processo evoluiu aos poucos e a historiografia da cidade aponta para o século XIX como o momento inicial de interação mais intensa entre o homem e a praia.

A procura pelos banhos de mar com finalidades terapêuticas cresceu na cidade nesse período. Ainda na primeira década do século XIX, era possível encontrar nos jornais que circulavam pela capital algumas ofertas de aluguéis de casas de banho, bem como a procura por elas. Nas páginas do Diário do Rio de Janeiro, diversos anúncios podem ser encontrados em na década de 1830⁶ (Figura 6).

⁶ Em pesquisa realizada na Hemeroteca Digital da BND, é possível encontrar registros no Diário do Rio de Janeiro já na década de 1820 de procuras e ofertas de casas de banho na então capital federal.

Figura 6: Recorte do Diário do Rio de Janeiro, anúncio de 21/01/1830



Fonte: BND

Bairros como Copacabana, Ipanema e, mais tarde, Leblon, ainda eram terrenos pouco visitados e de difícil acesso por serem cercados por morros e por não haver vias pavimentadas que levassem a essa região. Seus visitantes geralmente eram viajantes, artistas e cientistas que faziam algumas expedições para reconhecimento do lugar. Em seguida, podemos ver um desenho de 1825/1826, de autoria de Charles Landseer. A imagem apresenta o arco praiial de Copacabana a partir do Forte do Leme. É possível avistar a igreja do forte de Copacabana no desenho.

Como aponta O'Donnell (2013, p. 26-28), "são escassas, para não dizer raras, as menções à localidade até aquela data e, em sua esmagadora maioria, elas acenam na direção de dois eixos principais: o areal desértico, por um lado, e o bucolismo da natureza intocada, por outro". A região atlântica da cidade permaneceu em relativo anonimato até 1858, quando correu pela cidade o boato de que duas baleias encalhadas tinham sido vistas por lá. Nesse momento, a curiosidade levou alguns visitantes até o local (O'DONNELL, 2013).

Figura 7: *Copacabana from Forte de Lima (Leme)*, 1825-1826, de Charles Landseer



Fonte: Instituto Moreira Salles (IMS)

Foi nesse período que os bairros atlânticos da cidade começaram a fazer parte do imaginário e do repertório dos habitantes da capital. A animação dos proprietários de terras da época aumentou e o investimento nos ares marítimos da costa atlântica da cidade começou a ganhar força.

No final do século XIX, o processo de expansão urbana do Rio de Janeiro deslanchou e incluiu Copacabana e, em seguida, Ipanema e Leblon à cartografia da cidade. Essa nova configuração urbana se apresentou também como um bom investimento para aqueles que estavam dispostos a apostar nos novos vetores do crescimento da cidade. A chegada dos trilhos e a abertura do túnel em 1892 a partir de Botafogo facilitou o desenvolvimento da região e incentivou o investimento em estrutura urbana para aqueles lados. Como destaca O'Donnell (2013, p. 34),

O médico português Figueiredo Magalhães foi um dos que viram ali uma boa fonte de lucros. No final da década de 1870, atento às recomendações sanitárias favoráveis ao banho de mar (que vinham se popularizando na Europa no decorrer do século XIX), não tardou em adquirir uma chácara no morro cortado pela ladeira do Barroso. Construiu, na parte plana, uma casa destinada aos cuidados dos convalescentes, que se multiplicavam devido às recorrentes epidemias que se alastravam pelas zonas mais populosas da cidade. Anunciando nos jornais um 'hotel e casa de repouso próximo ao caminho da Real Grandeza', Figueiredo Magalhães atraía pacientes para a região recomendando-lhes os ares e as águas de Copacabana.

É interessante destacar que o desenvolvimento das regiões balneárias está sempre atrelado ao progresso da mobilidade. Não apenas no Rio de Janeiro isso se mostrou verdadeiro, como veremos nas próximas páginas, mas também nas principais cidades balneárias da Europa. Em geral, os lugares de tornam mais atraentes para seus visitantes quando é facilitada a locomoção até esses espaços. Na Europa, a Revolução Industrial teve papel fundamental nesse processo, pois observamos que foi a partir do desenvolvimento dos trens a vapor que as cidades balneárias emergiram como lugar de repouso e lazer.

No caso carioca, até o final do século XIX, as plantas, cartas e mapas da cidade excluía quase em totalidade a atual Zona Sul do Rio de Janeiro e o litoral atlântico (Figura 8). Atentar para o desenvolvimento urbano que colocou o litoral sul da capital no mapa do Rio de Janeiro é reconhecer também que a pauta higienista e medicinal estava em crescente popularização no Brasil naquele período. As infinitas críticas que eram noticiadas recorrentemente nas páginas dos principais jornais da época anunciavam os problemas de salubridade que a região central do Rio de Janeiro enfrentava (MACHADO, 2008). Esse processo evocou a necessidade urgente de modificação do plano urbanístico da cidade.

Figura 8: Mapa do Rio de Janeiro [entre 1885-1905] com enfoque na região central, mais habitada até aquele momento.



Fonte: BND

Como aponta O'Donnell (2013, p. 20), real ou imaginado, “o agravamento das condições sanitárias que marcou a década de 1890 levava à progressiva certeza da necessidade de uma profunda e urgente remodelação da cidade”. Assim, os banhos de mar ganharam o incentivo de um novo lugar, com areis do mar atlântico, como espaço terapêutico e de lazer e fruição.

Amparados pelo discurso higienista e medicinal contra os fortes indícios de insalubridade do Centro da cidade, diversos grupos empresariais festejaram a possibilidade de investir em outras regiões do Rio de Janeiro (MACHADO, 2008). A consequência disso foi que, além da possibilidade de mudança da cartografia da cidade e a consequente expansão para a região sul, os novos

caminhos acabaram por cristalizar uma “crescente dicotomia entre o Centro e a periferia, cujo esboço já vinha se delineando havia décadas” (O’DONNELL, 2013, p. 23). Conseqüentemente, os espaços se tornaram novas mercadorias e os banhos de mar na nova região marcaram o começo de um processo que se iniciou com a centralidade da terapia, mas ganhou, rapidamente, novos usos.

Por isso, apesar dos diversos incentivos ao banho de mar enquanto proposta medicinal, essa prática não se estendeu ao longo do século XX. As transformações dos hábitos nas praias da cidade, principalmente a de Copacabana, mudaram rapidamente em poucas décadas. A influência do crescimento dos novos balneários europeus e dos novos costumes atrelados à ideia central de modernidade compartilhado pelas elites e, principalmente, pela crescente burguesia que começava a surgir no Rio de Janeiro no final do século XIX, resultaram em um novo momento das praias cariocas e na valorização crescente dos bairros da Zona Sul da cidade.

No final do século XIX, a expansão para o sul da cidade e para as praias oceânicas coincidiram com o crescimento da moda balneária europeia. Como aponta Andreatta (*et al*, 2009), além de uma cultura hedonista, havia numa emergência de crescimento e expansão de um setor imobiliário que estava disposto a aproveitar as vantagens da beira atlântica da cidade. A partir de meados do século XIX, vemos uma crescente e acelerada expansão da malha urbana do Rio de Janeiro. A cidade se expandia para os dois lados, norte e sul. Segundo Abreu (2013) esse período de expansão se inicia em 1858 com a inauguração do primeiro trecho da Estrada de Ferro Dom Pedro II (atual Central do Brasil) que possibilitou uma acelerada ocupação das então freguesias suburbanas que a estrada atravessava. Logo depois, em 1868, começaram a implantar as primeiras linhas de bondes movidos pela tração animal na região central, que também facilitou a expansão da cidade.

Foram os transportes que, segundo Abreu (2013, p. 44), “possibilitaram a expansão da cidade e permitiram a solidificação de uma dicotomia núcleo-periferia que já se esboçava antes de 1870”. Os bondes passaram a atender a Zona Sul da cidade, cujos valores de moradia já eram significativamente mais altos naquele período. Por outro lado, os trens passaram a fazer parte da

paisagem e da realidade das classes mais baixas, e se direcionavam para o norte da malha urbana, onde estavam localizadas atividades que eram consideradas menos nobres na época (como a indústria, por exemplo). Não tardou para que a costa atlântica do Rio de Janeiro entrasse na mira dos interessados pela expansão urbana da cidade, principalmente os grandes investidores imobiliários. Como aponta Abreu (2013, p. 47),

O mais importante – e com efeitos não apenas em São Cristóvão, mas sobre toda a cidade – foi, sem dúvidas, *a difusão da ideologia que associava o estilo de vida “moderno” à localização residencial a beira mar*. Atrás desse movimento estavam as mais variadas unidades do capital, destacando-se a Companhia Jardim Botânico, interessada em estender o território sobre o qual tinha monopólio de transporte. (Grifos nossos)

Desde a década de 1880, a Companhia Jardim Botânico manifestava interesse em ampliar seus trilhos até os arrabaldes de Copacabana. Quase no fim de sua concessão, a Companhia pediu permissão para estender seus trilhos abrindo um túnel no Morro do Barroso. Por conta dos problemas com a qualidade dos transportes que já existiam com a Companhia, o primeiro pedido foi negado. Mas os interesses imobiliários em lotear Copacabana eram grandes e ambiciosos e, assim, em 30 de agosto de 1890 foi realizada a renovação da exploração de bondes e, conseqüentemente, a permissão para extensão dos trilhos até Copacabana.

Segundo Abreu (2013, p. 48),

Removidos os obstáculos, foram então inaugurados, em 1892, o atual Túnel Velho, perfurado pela Companhia Jardim Botânico e, conseqüentemente, a primeira linha para Copacabana, que tinha ponto terminal na rua Barroso (atual Siqueira Campos). Em 19/01/1894, um termo aditivo ao contrato de 1890 permitiu, por sua vez, a criação de dois ramais a partir desse ponto, um em direção ao Leme e outro à Igreja (atual Posto Seis).

No entanto, não era unânime entre os acionistas o investimento para expansão dos trilhos para o litoral atlântico. Para muitos, Copacabana era um deserto arenoso, sem habitação e cujo progresso demoraria muito para chegar.

Mas, refutando essa ideia e já influenciados pelos ventos dos balneários europeus, os diretores deixaram registrado em relatório produzido no final do século XIX e publicado anos mais tarde (NORONHA SANTOS, 1934, p. 241-242):

É incontestável que as duas praias de Copacabana e Arpoador são dotadas de um clima esplêndido e salubre, beijadas constantemente pelas frescas brisas do oceano... A exceção de um ou outro prédio bom, os demais são, na verdade, pequenas e pobres choupanas... É (pois) um bairro a criar-se. Agora é que vão tendo começo as edificações, as melhores casas se levantam, depois de vendidos os lotes de terrenos para esse fim, já se acha organizada uma companhia, com capital suficiente para *edificar um club de sport e uma grande casa balneária*, que, brevemente, dará começo às obras. Dentro de um lustro, aqueles desertos do Sahara – como o qualificaram, se converterão em grandes povoações, para onde afluirá, de preferência, a população desta cidade... Não podemos duvidar da ação civilizadora dos nossos tramways, que têm levado aos bairros afastados e desertos o gosto e o conforto na edificação de prédios, a vida e o progresso, dilatando assim o seu percurso, com aumento de renda. (Grifos nossos)

Segundo Abreu (2013), ainda em 1894 a Companhia Jardim Botânico firmou um termo com a Empresa de Construções Cíveis para que a loteadora modificasse o traçado de algumas ruas e facilitasse a locação da linha do ramal do Leme. A fotografia tirada por Marc Ferrez em 1895 (Figura 9), um ano depois do firmamento do contrato, ilustra o que foi descrito no relatório da Companhia Jardim Botânico mencionado na citação anterior. Podemos observar na fotografia panorâmica diurna algumas casas de madeira, outras pequenas choupanas, barcos de pescadores e algumas poucas pessoas circulando pelo local. Ao fundo o Morro Dois Irmãos, localizado no atual bairro do Leblon.

Figura 9: Copacabana em 1895 onde hoje é o Posto 6, por Marc Ferrez



Fonte: Brasiliana Fotográfica, BN

No centro da imagem podemos observar o trecho de uma estrada que levava ao também recém ocupado bairro de Ipanema. A fotografia foi tirada de um ponto de vista próximo do que hoje é o Posto Seis no bairro de Copacabana, ao final da praia e próximo ao Arpoador. Anos mais tarde, a própria praia do Arpoador se tornou uma das mais valorizadas da cidade, além de Copacabana. A fotografia mostra que já havia alguma habitação no bairro e uma incipiente pavimentação. Copacabana começava a se desenvolver graças também a expansão dos bondes para aqueles lados. Isso resultou em uma grande mudança da paisagem apenas 10 anos depois e após diversas interferências e ampliações das vias próximas à costa atlântica.

Em 1900 novo contrato foi assinado entre a Prefeitura e a Companhia Jardim Botânico. Desta vez a Companhia se comprometia a ampliar a sua rede de tráfego eletrificado até o Largo dos Leões e à Escola Militar (Praia Vermelha) no prazo de três anos, e até aos pontos terminais das demais linhas em cinco anos. Comprometia-se também a abrir, no prazo de quatro anos, um novo túnel para Copacabana (atual Túnel Novo), em compensação, a Prefeitura declarava de utilidade pública os terrenos necessários à abertura do túnel, e

autorizava a companhia a prolongar, no prazo de um ano, sua linha da Igrejinha até Vila Ipanema, onde a empresa do mesmo nome, pertencente ao Barão de Ipanema, estava incorporando novos lotes à área urbana. As obras foram concluídas em 1901, ano em que também se inaugurou a iluminação elétrica do atual bairro de Ipanema, que ainda nem habitado estava.

O Projeto de preparar as áreas da Zona Sul para serem revendidas posteriormente se mostrou bastante bem-sucedido no final do século XIX e começo do século XX. Para terminar a incorporação da Zona Sul atlântica da cidade, faltava incorporar o bairro do Leblon, o que ocorreu 20 anos depois da ocupação de Ipanema. E é justamente nesse período que a história da praia no Rio de Janeiro se intensifica e as transformações para tornar a cidade um balneário reconhecido pelo mundo também.

Podemos dizer que a história da praia como lugar de lazer na cidade do Rio de Janeiro foi oficializada legalmente no dia 1 de maio de 1917 com o decreto número 1.143. Ditada pelo diretor geral de Hygiene e Assistencia Pública, o decreto legislava sobre as regras de uso das praias do Leme e Copacabana. Anunciava a necessidade do banhista “apresentar-se com vestuário apropriado e decente, a juízo da autoridade policial” (Brasil, 1917), além de estipular os meses do ano, dias e horários em que seria permitido o banho de mar e a permanência na areia para banho de sol.

No entanto, como vimos, a praia já estava sendo usada como espaço de lazer ou para tratamentos de saúde nas décadas que antecederam o decreto. As transformações da cidade que se voltou, aos poucos, para o mar, estavam sendo incorporadas. Assim, se consolidou a construção de uma nova paisagem, onde a natureza e as construções humanas se envolviam harmonicamente.

Essa paisagem deu espaço também para a construção de um imaginário da cidade, que está fortemente ligado às ideias de interação entre homem e natureza. Os símbolos que identificam a cidade sintetizam esse imaginário: o Corcovado com o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar e o Teleférico e as praias e as orlas. Esta última, especificamente, que é nosso objeto de interesse, salta aos olhos na paisagem beira-mar que consagrou a metrópole carioca como lugar moderno. Para que a praia fosse inaugurada como um espaço

diretamente relacionado ao imaginário da cidade, diversas transformações físicas e comportamentais aconteceram ao longo dos últimos séculos, mas, principalmente, ao longo do século XX, que é nosso período principal de interesse.

Analisar as transformações nesses dois aspectos, físico e comportamental, é também construir e contar a própria história da cidade do Rio de Janeiro. A expansão urbana – primeiro para o Sul e, depois, para Oeste –, o desenvolvimento dos transportes, os diversos aterramentos e todas as mudanças urbanas pelas quais a cidade passou, alteraram não só a paisagem do Rio de Janeiro, mas também a maneira como as pessoas interagem e vivem na cidade. Outro elemento é fundamental nessa construção e ganhou força no século XX: a construção da praia como um ambiente urbano moderno. Falaremos na próxima seção sobre esses aspectos culturais que estavam emergindo na cidade e que tanto influenciaram a consolidação do Rio de Janeiro como um balneário.

1.2 Rio de Janeiro: vocação balneária e metrópole à beira-mar

No mesmo período da oficialização legal da praia como lugar de lazer na cidade, Copacabana e os demais bairros da Zona Sul carioca figuravam como centrais na vida urbana moderna. O estilo de vida praiano estava sendo incorporado à cartografia carioca, ao ponto de décadas depois, a cidade passar a ser confundida com a praia e esses dois lugares parecerem ser um só. É como se qualquer pessoa nascida ou moradora do Rio de Janeiro estivesse intimamente ligada às pessoas que levavam esse estilo de vida, na primeira metade do século XX chamados de *cilenses*⁷.

Em 1934 foi publicado por Álvaro Marinho Rego, um jovem colaborador do jornal Beira-Mar uma crônica com o seguinte título: Para a morena de

⁷ Como eram chamados os moradores dos bairros de Copacabana, Ipanema e Leme (CIL) no começo do século XX.

Copacabana. No texto, a suposta interlocutora narra o seu dia, despretensiosamente:

Você já voltou do banho. Um delicioso banho na morena de Copacabana. Pequena moderna. Tão morena como você... Jogou bola. Peteca. Fez uma porção de exercícios, que devolveram a temperatura normal de seu corpo... Expôs-se ao sol. Encontrou-se com um amiguinho. Pediram um *cocktail*. Após o aperitivo ficaram a conversar... Agora você se despediu do amiguinho. Uma baratinha já a esperava à porta. Você pulou para dentro. E... zig. O motor foi acionado. Daí a pouco, o auto deslizava pelo asfalto fervente. Avenida Atlântica... Rua Rainha Elizabeth... Avenida Vieira Souto... Avenida Niemeyer... Você chegou em casa às duas horas. Para o almoço. Atravessou a sala de jantar. Assobiando um desses sambas de carnaval... Entrou no banheiro, envolta num robe. Perfumou-se toda. Botou pó de arroz, carmin, rouge, e outras bugigangas indispensáveis à sua *toilette*. Depois desceu para o almoço. Finto este, recostou-se no *maple* macio, acendeu um cigarro. Ligou o rádio e começou o desfile interminável de modinhas.⁸

A protagonista do episódio narrado não possuía nome e, ao mesmo tempo, servia como metonímia para um estilo de vida dos moradores da Zona Sul do Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX. Os adjetivos *moreno*, *moderno* e *praiano* localizavam na cartografia carioca de onde vinham esses personagens. Eram valores aos quais os moradores da Zona Sul construía seus próprios hábitos. Exibiam determinado estilo de vida, tornando a moradora de Copacabana - ou dos outros bairros atlânticos da Zona Sul, uma personagem típica em meio a outras senhoritas das altas-rodas cariocas.

O pertencimento dos integrantes daquele cenário praiano era instituído a partir de seus hábitos. Para além do plano normativo que regia o projeto praiano-civilizatório, os integrantes elaboravam seu pertencimento àquele universo de valores. A incorporação das areias ao universo urbano carioca não demandou apenas uma mudança na cartografia da cidade. Junto a essa nova ocupação emergiram novas maneiras de *usar* esses espaços. E muitos embates sociais ficaram claros no começo do século passado por conta desses novos usos.

⁸ Beira-Mar, 27 de janeiro de 1934.

Alguns segmentos das classes alta e média alta da Zona Sul carioca aderiram plenamente às novas práticas praianas e aos hábitos que se difundiram a partir da década de 1920. Por outro lado, outros segmentos mais conservadores dessas mesmas classes sociais os rejeitavam ou tinham sérias críticas aos novos modos de vida, incluindo a nova vivência da corporalidade. Essas diferenças atingiram também a opinião de jornalistas, escritores, intelectuais e políticos da época.

Não eram raras as reportagens, charges (Figura 10), crônicas e críticas nos jornais que questionassem as novas noções de moralidade e civilidade dos ditos modernos. A imprensa denunciava como pouco civilizado e indecoroso o espetáculo dos banhistas “quase nus” vistos todas as manhãs nas praias do Flamengo, Botafogo, Copacabana, Ipanema e Leblon. No diálogo da charge abaixo, uma das senhoras critica: “Isso é uma pouca vergonha! Eu vi três marmanjos com roupas indecentíssimas fazendo ginástica!”. As outras, em tom mais amigável e curioso respondem: “Pois nós não vimos, vamos voltar?”. Na imagem figuram três senhoras completamente vestidas, caminhando próximo ao mar. No fundo da charge podemos ver duas figuras com roupas de banho na beira do mar, à quem elas se referiam no diálogo.

Figura 10: Charge da Revista Para Todos, 19 de Março de 1927



Fonte: Revista Para Todos (RJ), março de 1927. Disponível em Biblioteca Nacional Digital.

Dez anos antes da charge, o prefeito Amaro Cavalcanti havia proibido o uso de calções curtos acima do joelho e calções de meia. Mas quando chegou, essa regra cheirava a passadismo. Ainda que respaldada pela norma jurídica, a polícia da época realizava campanhas de repressão na tentativa de assegurar a moralidade das praias. Entre os moradores que viviam próximos às orlas, a moda praiana era mais legítima do que a própria lei. Quando os grupos conservadores clamavam pela moralidade das praias cariocas, os adeptos ao

novo estilo de vida praiano respondiam que estavam alinhados aos padrões internacionais de modernidade e civilização a partir das características da localidade (O'Donnell, 2013). O debate chegava às páginas das revistas que protestavam a favor da modernidade. O jornalista Custódio de Viveiros dizia que as perseguições eram anacrônicas e afirmava ser “ridículo ordenar ao povo que não mostre as pernas”⁹.

Assim, o moralismo criado por alguns críticos ao novo estilo de vida balneário dos cariocas estava fortemente vinculado ao atraso. O que nascia de novo na beira atlântica era oficialmente um modelo moderno de civilização, baseado em uma “elegância de ares cosmopolitas” (O'Donnell, 2013, p. 156). Mas as tentativas de imposição de uma moralidade não estavam restritas aos jornais e revistas ilustradas da época. Diversas campanhas policiais da Divisão de Polícia Política e Social (DPPS) tentaram moralizar e disciplinar as praias cariocas entre os anos de 1920 e 1950. Foi ordenado que a DPPS patrulhasse as praias de Copacabana e Ipanema. Os agentes foram encarregados de impor a moralidade e de reprimirem os descamisados¹⁰.

Inicialmente, as campanhas aconteciam na praia do Flamengo, durante a década de 1910. Entre os anos de 1920 e 1950 as campanhas se concentraram nas praias de Copacabana e Ipanema. Barickman (2016) destaca que essas campanhas tiveram grande repercussão porque não eram, como de costume, dirigidas aos banhistas de classes baixas. Ao contrário disso, as campanhas eram, na maior parte das vezes, dirigidas aos mais abastados que frequentavam as praias mais elegantes e aristocráticas da cidade, na Zona Sul.

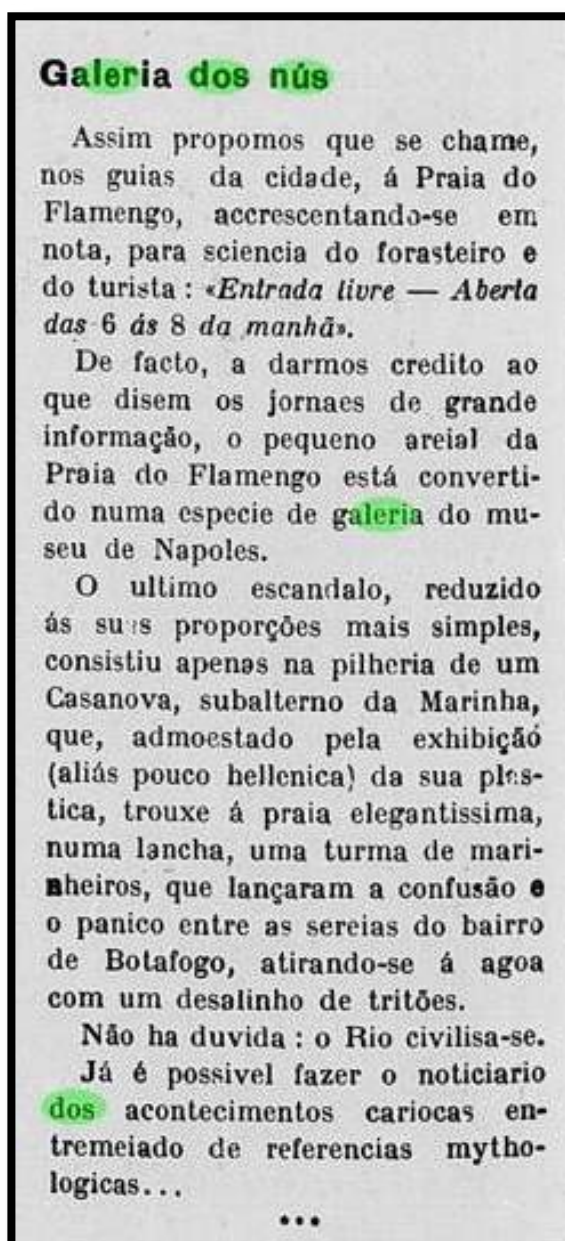
É importante destacar que, no começo do século XX, principalmente até a segunda década, o Flamengo se destacava por ser a “praia chique” da cidade. E o hábito de ir à praia já reivindicava elementos de sociabilidade ligados ao estilo de vida praiano que ganhava força na cidade. Como aponta

⁹ Beira-Mar, 20 de janeiro de 1924.

¹⁰ Nessa época também eram chamados de *descamisados* os operários urbanos que apoiavam o presidente populista Juan Perón na Argentina. No nosso trabalho, os descamisados são os banhistas masculinos que ousavam sair da praia sem vestir uma camisa e assim eram chamados pelos agentes da DPPS.

Barickman (2016, p. 10), “o banho matinal lá, para os membros da elite, sobretudo para os membros mais jovens, constituía uma ocasião para encontrar-se com amigos, para fazer novas amizades e, sobretudo para *ver e ser visto*, demonstrando assim o status”. Apesar do prestígio social, o Flamengo não fugiu do processo moralizador das praias cariocas. Em um artigo de 1916 da Revista da Semana, o banho matinal dos frequentadores da praia era chamado de “galeria de nús” (Figura 11).

Figura 11: Recorte de artigo da Revista da Semana, 1916.



Fonte: Hemeroteca da BND.

No artigo, o autor critica o desfile de pessoas com trajes de banho de mar e ironiza a exposição dos “nus”, incompatibilizando o hábito com a civilidade. Ainda enfatiza sua crítica assimilando a Praia do Flamengo a uma galeria de museu em Nápoles, na Itália, com referências às artes helênicas gregas expostas em diversos museus europeus. Muito embora o artigo se dirigisse aos banhistas que estavam tomando banho de mar, as campanhas do DPPS se dirigiam diretamente aos corpos molhados e de joelhos descobertos que circulavam nas ruas adjacentes à praia. A imprensa também denunciava o hábito pouco civilizado dos banhistas que iam a pé “ao banho” e voltavam a casa em “estado quase adâmico” (BARICKMAN, 2016, p.10). Para os críticos, esse costume jamais seria permitido nas estações balneárias civilizadas da Europa.

Surpreende também o gênero para o qual as críticas se direcionavam: os homens. Isso porque geralmente as mulheres vestiam um roupão ou uma capa nesse trajeto, enquanto os homens colocavam apenas um paletó, quando usavam. A polícia de fato tentou impor algumas restrições às roupas de banho em março de 1917. Barickman (2016) nos conta que a prática recorrente voltaria anos mais tarde, quando as campanhas de moralização das praias vieram com mais força.

Muito embora as campanhas tivessem dado uma trégua por alguns poucos anos, as críticas nos jornais e revistas da época continuavam. Mais uma vez, colocando em xeque a incompatibilidade de civilidade e modernidade nos hábitos que alguns cariocas tinham de andar pelas ruas adjacentes das praias trajados apenas de roupas de banho. A *Gazeta de Notícias* afirmou que “só no Rio se constata tal espetáculo” e negou que existisse “outra qualquer cidade de país civilizado em que se ande na via pública em semelhantes trajes”.

Em 1922, a polícia impôs algumas medidas rigorosas. Essa campanha disciplinar, como nos mostra Barickman (2016), coincidiu com o período em que estavam acontecendo os eventos do centenário da Independência do Brasil, na então capital federal. Mas a campanha não terminou com os eventos

do centenário, ela se estendeu por todo governo de Artur Bernardes (1922-1926).

“Na campanha, a polícia pouco se preocupou com as praias da Zona Norte e dos subúrbios, como, por exemplo, as do Caju, do Porto de Inhaúma e de Ramos (também conhecida como Maria Angu). Antes sua atenção recaiu sobre as praias de Santa Luzia, das Virtudes e do Calabouço, no centro da cidade, e principalmente sobre as praias elegantes do Flamengo, da Urca e de Copacabana.” (BARICKMAN, 2016, p. 11)

As medidas eram restritivas principalmente quanto aos trajes dos banhistas, fossem homens ou mulheres.

“Na fiscalização dessas praias, as autoridades começaram por exigir que os banhistas mantivessem seus roupões hermeticamente fechados, sem interstícios enquanto estivessem nas ruas. Também proibiram as mulheres de usarem trajes de banhos curtos, sobretudo no caso das mulheres que ousavam aparecer nas praias vestindo maiôs.” (BARICKMAN, 2016, p. 11)

Muito embora a fiscalização ocorresse e elogios fossem estampados em alguns artigos de jornais que circulavam, outros tantos periódicos dedicavam seu tempo em continuar afirmando que seria pouco civilizado os balneários cariocas não se igualarem aos europeus. Aproveitavam o espaço para reforçar a convocatória do uso dos maiôs nas praias. Em 21 de março de 1926, mesmo com as campanhas de moralização das praias, o jornal Beira-Mar publicou em sua capa as fotografias do desenvolvimento dos trajes de banho femininos (Figura 12).

Figura 12: Capa do jornal Beira-Mar, de 21 de março de 1926



Fonte: O Beira-mar, Hemeroteca da BND.

Os escritores e cronistas da época atribuíam aos novos trajes de banhos os signos dos modelos de modernidade aos quais “buscavam se filiar os mais diversos defensores da exibição das formas em contextos balneários” (O’Donnell, 2013, p. 158). Inicialmente esse sentido cosmopolita se filiava ao

modelo civilizatório europeu e, anos mais tarde, ao americano, que também passou a ser referência para o público especializado.

E, como aponta O'Donnell (2013, p. 160), o uso dos maiôs nas praias da Zona Sul era só a ponta de um projeto mais amplo, “que tinha na elaboração da distinção física da elite praiana um de seus principais alicerces”. Muito embora não fosse novidade a relação entre o corpo alinhado aos padrões estéticos magros e a diferenciação social, os maiôs vieram para ressaltar esses padrões. Como afirma O'Donnell (2013, p. 160), “em meio à primazia do discurso higienista, o padrão estético corpóreo passava a ser vinculado aos parâmetros da salubridade, num movimento que fazia da estética, da moral e da terapêutica um todo coerente”. E a praia foi um importante elemento na construção desses novos parâmetros de salubridade, distinção social e estética.

Nesse discurso, a prática de esportes na praia ganhou força e as revistas ilustradas do começo do século faziam coro ao estilo de vida saudável. A Revista *O Cruzeiro* destacava às vésperas do verão de 1928:

Os banhos de mar, que antigamente se abrigavam na baía, nas pequenas praias interiores de Santa Luzia e do Passeio Público, foram-se progressivamente deslocando até atingir os vastos áreas de Copacabana, do Leblon e de Ipanema. E foi só então que, tendo invadido o palco condigno à sua expansão, *o banho de mar se tornou uma escola de eugenia, e um espetáculo de alegria e de beleza. O sport, a praia e a dança são, de certo, os maiores factores do aperfeiçoamento physico em sua moderna concepção de esbelteza e de graça.* (Grifos nossos, *O CRUZEIRO*, p. 9)¹¹

O autor revelava que o novo *locus* de elegância e modernidade tinha se deslocado para as areias de Copacabana. Como aponta O'Donnell (2013, p. 164), “ao ligar a eugenia à alegria, à beleza, ao esporte, à praia e à dança (modismo moderno por excelência), o argumento se encerra com a sugestão de que das areias da CIL emergia nada menos que uma nova raça”. Portanto, podemos pressupor que o artigo aponta para a construção de um *ethos*

¹¹ Trecho retirado de uma reportagem da Revista *O Cruzeiro*, de 21 de novembro de 1928, intitulada “A Festas das Sombrinhas”. Trata-se de uma festa realizada no Praia Club, em Copacabana, destinada aos jovens da elite praiana carioca.

específico, vinculando as atividades da praia à ideia de modernidade. No próximo subcapítulo iremos nos aprofundar nesse debate e nas insurgências do novo modelo civilizatório que ganhava corpo e se espalhava pela cidade.

Já em 1926, a escritora Clara Lucia publicou um artigo intitulado “Banho de Mar” para a Revista da Semana (Figura 13), onde destacava a perda da prática terapêutica e medicinal dos banhos na cidade e apontava, com estranheza, os novos hábitos modernos dos banhistas. A revista, lançada ainda no primeiro semestre do ano de 1900, foi a primeira publicação do tipo no Brasil e circulou durante quase 6 décadas, trouxe ao longo de suas edições, diversos artigos que mostram as mudanças das práticas culturais da cidade.

Figura 13: Artigo “Banhos de Mar” de Clara Lucia para a Revista da Semana



Fonte: BND (Acervo Hemeroteca)

A escritora iniciou o artigo apontando que as receitas terapêuticas do banho de mar estavam em decadência há tantos anos, que talvez os leitores da revista nem soubessem o quanto haviam sido valorizadas décadas antes. Também destacava o declínio de tal prática já no começo da década de 1920.

Houve tempo em que os banhos de mar eram considerados bons para a saúde. Talvez pouca gente se lembre disso. Talvez até ninguém se queira recordar... Eu porém, que, com o tempo e á força de reflectir, me fui curando de certas fraquezas humanas e especialmente de mininas, attesto e proclamo a veracidade da therapeutica em questão. Sou desse tempo! Os banhos de mar figuravam em larga escala no receituário dos médicos. [...] Tudo, porém, depende da moda. Os que consideram a moda um capricho inconsistente, uma fugitiva fantasia não reflectem que tudo ella attinge, transforma, domina e guia: os gostos, os costumes, as ideias, os sentimentos, as leis da saúde e da doença, da vida e da morte. Os banhos de mar passaram de moda, e desde então perderam tanto suas virtudes como os seus malefícios. [...] *E nos últimos tempos, na rigorosa actualidade, para se tomarem banhos de mar tanto faz entrar n'água como não.* (Grifos nossos)

E continuou o artigo apontando as mudanças que haviam ocorrido e eram percebidas já no começo do século XX, refletindo sobre o novo estatuto dos banhistas naquele período:

A condição principal do banho moderno é a permanência na praia. Quem vae da barraca ou de casa directamente para as ondas e volta das ondas, pelo caminho mais curto, para casa ou para a barraca, fez tudo o que quizerem... menos aquillo que todos fazem. Como o infeliz lastimado pelo poeta, que passou pela vida e não viveu, assim aquelle desditoso passou pela praia e não "praiou". [...] todo banhista, cavalheiro ou dama, que se preza observa estes dois princípios fundamentaes: vestir-se o menos possível e demorar-se o mais possível nas attitudes e conciliábulos da área. Alli se combinam bailes e festas, se trocam os potins da véspera, se losonjeia, se escarnece, se intriga, se flirta. Quem tem em alguma conta a sua elegância, o seu modernismo, a sua dignidade mundana alli comparece a gosar o espectáculo alheio e dar-se em espectáculo aos outros. (Grifos nossos)

Assim, a permanência na praia se tornou necessária não só para exercício do espírito e regalo do coração, mas também e sobretudo para defesa e apuro das graças do corpo mais visíveis e portanto

mais preciosas. [...] Porque, hoje, os banhos de mar se tomam principalmente – em terra.

A autora comenta também sobre a recém-introduzida moda do bronzeamento nas praias cariocas. Esse elemento, quando analisado a partir de um quadro cultural mais amplo, mostra todas as mudanças que essa moda trouxe às práticas balneárias da cidade. Portanto, um dos elementos fundamentais da nova forma de estar nesse espaço foi o bronzeamento da pele. Isso não somente mudou as práticas espaciais como também teve complexas implicações nas noções de cor e raça nesse mesmo período (BARICKMAN, 2009).

Muito embora pareça natural atualmente a distinção entre um mestiço e uma pessoa bronzeada, no começo do século XX, isso gerou uma grande reviravolta nos padrões estéticos da época. Como aponta Stoler (1997), o “senso comum visual” não é uma constante e varia de uma sociedade para a outra ao longo do tempo e também varia dentro de um mesmo grupo social. É importante destacar que foi necessário que os banhistas criassem atividades de entretenimento na areia enquanto tomavam sol, o que fez surgir atividades esportivas nas areias das praias, práticas comuns e difundidas até os dias atuais.

A prática de frequentar a praia não somente para o banho de mar coincide também com o momento em que Copacabana estava se consagrando como a praia preferida da elite e da classe média carioca (BARICKMAN, 2009). Principalmente por estar afastado da região portuária e ser um novo lugar de grandes investimentos urbanos na época, o bairro chamou atenção da elite por estar no centro de novas disputas espaciais e simbólicas da cidade. O novo Rio de Janeiro era, então, o éden da salubridade e das práticas modernas de sociabilidades balneárias. Como aponta O’Donnell (2013, p. 96),

Não por acaso Pereira Passos, à frente do projeto de remodelação e embelezamento que acometeu a cidade nos primeiros anos da década de 1900, não apenas expandiu o acesso àquele arrabalde (com a criação da Avenida Beira-Mar e a abertura do Túnel Novo), como inviabilizou as antigas praias de banho, incorporando-as às obras da linha do cais. O recado não poderia ser mais claro: a cidade civilizada crescia rumo ao sul, e as práticas condizentes deveriam acompanhar o novo mapa da elegância.

Aqueles que precisavam de tratamento terapêutico do mar iam à Copacabana e conseqüentemente eram logo associados ao signo da distinção social. E embora tal prática fosse recorrentemente associada à modernidade e à proximidade com os hábitos europeus de fruição, saúde e lazer, há quem colocasse em pauta, já no começo do século XX, o abandono pelo qual a praia de Copacabana passava em relação à proteção dos novos hábitos dos banhistas (O'DONNELL, 2013). A quantidade de acidentes fatais no mar endossava ainda mais esse discurso que, muitas vezes, estava sempre sendo colocado em comparação com o Velho Mundo:

Não há em paiz algum civilizado uma praia nas condições de abandono em que se encontra a de Copacabana, já por parte das autoridades, que não pensaram em proteger os banhistas, já por parte do público que nunca procurou dar àquelle recinto o conforto, a alegria, o encanto que fazem de outras, muito inferiores em belleza no Velho Mundo, paragens verdadeiramente deliciosas. Uma capital como a nossa deve envergonhar-se de manter incorporada ao seu domínio uma praia assim despolicada e onde, com pequeno esforço, se pode pôr um termo aos desastres que têm ensombrado o seu nome.¹²

As preocupações da imprensa e da população local em relação à Copacabana estavam intimamente ligadas ao público que frequentava e habitava naquele local. Desde a abertura dos túneis, a região sul da cidade foi ocupada pelas elites que fugiam cada vez mais do centro insalubre. Conseqüentemente, essa associação entre os preceitos de elegância e os balneários, principalmente no que concerne à atenção e aos cuidados que deveriam ser dados a esses lugares, não era exatamente uma novidade. Inspirados em modelos europeus de ocupação do litoral, como vimos anteriormente, a intenção de tornar Copacabana um espaço habitável estava intimamente relacionada com as vontades modernistas da elite carioca.

Nesse sentido, a valorização do litoral sul carioca como lugar civilizado e espaço para novas sociabilidades modernas estava alinhada aos preceitos

¹² O Paiz, 2 de Abril de 1911.

européus de civilidade e modernidade, principalmente a partir das transformações urbanas ocorridas ainda nas duas primeiras décadas do século XX. Os novos usos das praias deixaram definitivamente para trás a parcimônia terapêutica, dando início a um longo período de debates sobre o novo estilo de vida e novas moralidades engendradas pela definitiva incorporação no litoral carioca e nas novas práticas sociais (BARICKMAN, 2009; 2014; 2016; O'DONNELL, 2011; 2013).

No começo da década de 1920 não se tinha mais dúvidas da incorporação das praias do litoral sul carioca ao espaço urbano da cidade (Figura 14), bem como ao novo estilo de vida. A fotografia mostra a já extensa ocupação dos novos bairros atlânticos. Quer fosse pelas charges, fotografias ou mesmo pelos diversos artigos que circulavam nas revistas e jornais consumidos pelo grande público da cidade, as novas formas de experimentação do espaço urbano passaram a tomar conta das páginas mais lidas pelos cariocas. O novo lugar e os novos hábitos, portanto, passaram a ser naturalizados, ainda que diversos problemas que surgiriam nas décadas seguintes fossem constantemente pautas de debate e confusão, como os apontados por Barickman (2016) e perduraram até a década de 1950.

Figura 14: Vista aérea das praias do Leme, Copacabana e Ipanema – Jorge Kfuri (1920)



Fonte: IMS

Nos elementos utilizados pelos banhistas, a cidade começava a reconhecer a partir desses objetos e práticas as novas tendências da vida urbana e social dos indivíduos. Sempre associado a territórios específicos na cidade e também pautado na distinção social, trazia-se para a imprensa os novos hábitos da vida no Rio de Janeiro. Uma vez consolidado o hábito dos banhos de mar nas águas atlânticas de Copacabana e Ipanema, a década de 1920 assistiu ao rápido crescimento da praia como um lugar de sociabilidades específicas e os banhistas passaram a fazer parte da paisagem carioca. E ocupavam as páginas das revistas.

Não havia revista moderna na época que não publicasse sequer uma fotografia da elegância dos frequentadores das praias em suas páginas, bem como os hábitos praianos aos quais os cariocas e visitantes praticavam cotidianamente. O banho de mar já não era mais a única atração nessa nova sociabilidade balneária. As fotografias e reportagens da época, muitas vezes valorizavam mais as interações que aconteciam nas areias do que os banhos

de mar em si. As praias perderam definitivamente a conotação de local de tratamentos médicos e passou a ser, de fato, um lugar de lazer e sociabilidade.

Ao mesmo tempo, outros debates inteiramente ligados às novas ideias de civilidade e modernidade europeias eram parte constante nas páginas das principais revistas e jornais da época. O *Cruzeiro*, *Careta*, *O Beira-Mar*, *O Atlântico* e a *Revista da Semana*, por exemplo, traziam diversas reportagens sobre os trajes de banho e as imposições moralistas que atrapalhavam o desenvolvimento da modernidade das praias cariocas. A moda das vestimentas balneárias estava recorrentemente nas páginas desses periódicos. Em tom combativo, a ideia de que não seria bom para a capital federal do Brasil que as mulheres usassem outra vestimenta que não o maiô, por exemplo, trazia para o centro do debate as comparações entre os balneários brasileiros e europeus.

O maiô já figurava como uma roupa excelentemente balneária desde a década de 1910 nos litorais europeus. No Brasil, apenas no decênio seguinte ele estaria definitivamente incorporado à nova maneira de estar na praia. Na coluna social da *Gazeta de Notícias*, festeja-se que “o maillot venceu definitivamente em nossas praias de banho... Ora, graças a Deus! Até que enfim o Rio paralelizou-se a todas as cidades civilizadas do mundo, onde há praias e damas que se banham”¹³. Os cronistas, escritores e jornalistas dos principais periódicos que circulavam na época, ajudaram não somente na desconstrução de algumas moralidades mais conservadoras da época, como também, pautados nos discursos da modernidade, influenciavam a sociedade para uma nova forma de olhar o mundo, atento aos padrões importados de civilidade modernos. Nas décadas seguintes, os debates sobre a exposição dos corpos nas praias foram sendo acentuados e, cada vez mais, uma verdadeira galeria de (quase) nus surgia nas areias das praias cariocas (Figura 15).

¹³ 24 de dezembro de 1926.

Figura 15: Praia de Copacabana - 1941, Genevieve Naylor



Fonte: Coleção Peter Reznikof

Compreendemos, portanto, que há estilos de vida e cultura urbana ligados aos bairros litorâneos da cidade do Rio de Janeiro, que se construíram a partir de símbolos e espaços criados e reelaborados ao longo do último século. Concordamos também que esse estilo de vida ligado ao lugar foi constantemente valorizado nos principais meios de comunicação ao longo do século passado. Durante muitos anos, as revistas ilustradas tiveram lugar de destaque na formação de opinião popular, tal como a televisão na última década do século XX e primeira década do século XXI ou mesmo as redes sociais atualmente. Nosso interesse fundamental é compreender o papel da revista *O Cruzeiro* na construção desse imaginário espacial do balneário carioca. No capítulo seguinte abordaremos essas questões.

2. O Cruzeiro: um projeto de apresentação do Brasil aos brasileiros

No mesmo contexto em que havia uma forte ebulição social, com grandes transformações acontecendo no Brasil e, principalmente, na cidade do Rio de Janeiro, outro projeto surgia, também moderno. A revista *O Cruzeiro* nascia de uma vontade de melhorar qualitativamente as revistas ilustradas brasileiras e colocá-las no mesmo patamar das revistas ilustradas francesas e americanas, por exemplo. Surgia *O Cruzeiro*, a revista semanal ilustrada mais moderna do país. A primeira que circulou nacionalmente e foi lançada em todas as capitais brasileiras em 1928, quando as condições de deslocamento pelo território brasileiro ainda eram muito difíceis.

Veremos como Assis Chateaubriand cumpriu com êxito a missão de colocar *O Cruzeiro* no topo das produções editoriais brasileiras ainda na década de 1920. No primeiro momento trataremos para debate o apelo político da revista, que foi praticamente uma encomenda de Getúlio Vargas. Apresentamos como surgiu seu projeto e de que maneira isso se aproxima da modernidade em torno dos balneários. Num segundo momento, falaremos sobre a proposta que desenhava a construção da revista: apresentar o Brasil aos brasileiros. E não era qualquer Brasil, era o Brasil moderno.

Percebemos que esse título de modernidade acompanhava o Brasil e, mais especificamente, o Rio de Janeiro em todos os aspectos naquele começo de século. Muito embora esse tenha sido um elemento importante na constituição desses dois eixos que sustentam a tese, vamos ver que ao longo do século XX, há um declínio do apelo ao moderno tal qual foi conhecido no começo deste mesmo século. Seja porque não havia mais a necessidade de se fundamentar nesse aspecto e se mostrar assim para o mundo, seja porque, tanto aqui, quanto na Europa ou nos Estados Unidos, a busca por uma modernidade foi comprometida pelo próprio desenvolvimento de um novo período, a chamada Pós-Modernidade.

2.1 Um projeto de revista moderno e a construção de um imaginário balneário

No século XX, era comum que as relações de trabalho nos jornais e revistas nacionais fossem marcadas por certo paternalismo. E assim também se construiu o próprio apoio na criação de novos jornais e revistas até a década de 1960. Foi no começo do século XX, mais especificamente na década de 20, que acontece um reboiço no cenário cultural, social e político no Brasil. E, conseqüentemente, no jornalismo que surgia daquele período.

Em especial, o ano de 1922 e os que seguiram foram marcados por alterações no campo político, ideológico e cultural no país. As agitações socioculturais que emergiram daquele período tiveram profundo impacto nos acontecimentos das décadas posteriores. A eleição de Artur Bernardes e a conseqüente sublevação militar levaria ao que ficou conhecido como Revolta dos 18 do Forte¹⁴ e deu início ao período do Tenentismo, cristalizando a insatisfação militar com a política da época, o que foi fundamental para a história brasileira nas décadas seguintes (Carneiro, 1999).

No ano de 1922 viu-se também o pensamento político passar de um nível personalista para atingir um pensamento condutor. Essa passagem é entendida como o fio ideológico orientando princípios e ideias políticas. Um reflexo dessa política ideologizada do começo do século XX foi o aparecimento quase simultâneo do Centro Dom Vital, representativo da direita brasileira, e a fundação do Partido Comunista Brasileiro.

Outro acontecimento importante do ano de 1922 foi a Semana de Arte Moderna, que está completando 100 anos agora. O objetivo principal da Semana era o de congregar literatos, músicos, artistas plásticos e intelectuais que pudessem expor seus trabalhos de forma livre, sem as amarrações acadêmicas. Assim começou a ser criado o gosto pela liberdade na arte no

¹⁴ A revolta teve objetivo prático de derrubar o presidente e manifestar contra o resultado da eleição daquele ano. Aconteceu no dia 5 de julho de 1922 no Forte de Copacabana. Dos 301 militares que estavam envolvidos na revolta, 272 se renderam; o Capitão Euclides Hermes saiu em negociação com o Ministro da Guerra, mas foi preso. Os que restaram saíram em marcha pela Avenida Atlântica. Alguns foram abandonando a marcha, restando apenas 18. Destes, dois foram feridos e os outros 16 morreram em um combate desigual.

Brasil. A Semana de Arte Moderna aconteceu entre os dias 11 e 18 de fevereiro de 1922 em São Paulo e gerou uma nova leitura do país e da gente brasileira, em uma tentativa de romper com as leituras antigas que os brasileiros faziam do próprio Brasil. Todos esses movimentos e tantos outros não contemplados aqui trouxeram novos ares e inspirações transformadoras para a sociedade. E no jornalismo não foi diferente.

De acordo com Netto (1998), a Semana de Arte Moderna foi um marco também na literatura. O Brasil estava contaminado por uma nova estética e com ideias vistas como revolucionárias naquele tempo. E foi assim que começou a adoção do modernismo e aos poucos fomos abandonando o que era chamado de “passadismo”.

Nesse contexto e cenário nacional, nasceu um projeto de revista que conquistou a sociedade brasileira por décadas e se manteve como um dos principais veículos de informação por muitos anos. A Revista *O Cruzeiro*, nascida em novembro de 1928, utilizou de maneira atrevida a autopromoção para conquistar os leitores brasileiros. A revista buscava estabelecer desde seu surgimento a ideia de moderna, atual e inovadora, se apresentando como um “instrumento de educação e de cultura” (*O CRUZEIRO*, 10/11/1928). Era o instrumento certo para um país que estava em crescimento. A revista desejava ser uma publicação semanal que trabalhasse também em prol do progresso nacional, alinhada aos movimentos do desenvolvimento e crescimento das cidades e da vida urbana.

No conturbado cenário político do Brasil na década de 1920, Assis Chateaubriand era destaque no meio jornalístico por sua forte oposição ao então presidente Artur Bernardes (MORAIS, 1994). Essa fama atraiu olhares de importantes políticos da época. Dentre eles estava Getúlio Dorneles Vargas, que se tornou amigo pessoal de Assis Chateaubriand e um dos grandes responsáveis pela realização da abertura da revista *O Cruzeiro* no final daquela mesma década.

No primeiro encontro entre Assis Chateaubriand e Getúlio Vargas, o político estava interessado em saber sobre os planos futuros do jornalista. Como resposta, ouviu Chateaubriand dizer que tinha grande interesse em criar

um vespertino novo no Rio de Janeiro e, em seguida, montar um jornal em Minas Gerais e São Paulo, iniciando uma cadeia nacional de informação no país. Os projetos encantaram Getúlio Vargas, que tinha como principal projeto para o Brasil a criação de uma unidade nacional. Nesse contexto, a imprensa se apresentou como um caminho interessante para a realização deste projeto.

De acordo com Morais (1994, p.177),

Para tentar entender pelo menos um dos ingredientes da paixão de que Chateaubriand foi tomado por Getúlio Vargas, é preciso recuar um pouco e rever os episódios que antecederam o retumbante lançamento da revista *Cruzeiro* [...], ocorrido em dezembro de 1928. Um ano antes, quando Getúlio ainda era ministro da Fazenda, Chateaubriand, frustrado com a malograda compra do *Diário de Notícias de Porto Alegre*, resolveu ousar de novo. Já que não dava para ampliar sua rede em direção ao Sul, por que não pensar em um produto que atingisse o Brasil inteiro? Por meio de amigos soube que o jornalista português Carlos Malheiros Dias planejava lançar uma revista de circulação nacional. No meio do caminho faltava dinheiro e o lusitano começava a desistir. Ao tomar conhecimento disso, Chateaubriand quis saber quanto custaria ressuscitar o projeto, lançar a revista e indenizar Dias pelos gastos já realizados. [...].

Iniciava-se o primeiro grande projeto de Assis Chateaubriand para a imprensa nacional e que acabou levando seu nome para o topo da maior rede brasileira de comunicação até aquele tempo. E quem daria o passo mais largo para a concretização do projeto da revista *Cruzeiro* (escrita inicialmente assim, sem a vogal “o”) seria Getúlio Vargas.

Para realizar a compra do projeto da revista, Chateaubriand necessitava de uma grande quantia que não dispunha. Resolveu, antes de bater à porta dos banqueiros de Minas Gerais, dirigir-se a seu amigo, Getúlio Vargas, que na época ocupava o cargo de ministro da Fazenda, convidado pelo presidente Washington Luís. As ideias renovadas do projeto de Chateaubriand para *O Cruzeiro* pouco tinham a ver com as ideias iniciais de Carlos Malheiros Dias. Chateaubriand almejava uma revista em papel de boa qualidade, recheada de imagens e com escritores que se destacavam no Brasil e no exterior. A revista deveria ser rodada em Buenos Aires, na Argentina, já que o Brasil não dispunha de gráficas de alta qualidade tal qual projetava Chateaubriand. Além disso, a ideia que mais interessava a Getúlio Vargas: a revista semanal teria

tiragens de 50 mil exemplares e circularia em todas as capitais do Brasil e também nas principais cidades do país. (MORAIS, 1994)

No mesmo dia da apresentação do projeto ao ministro, Getúlio Vargas tinha reunião marcada com Antônio Mostardeiro, um banqueiro do Rio Grande do Sul que Vargas havia acabado de nomear para a presidência do Banco do Brasil. Mostardeiro era dono do Banco da Província e foi quem fez o empréstimo a Chateaubriand para a realização do projeto de *O Cruzeiro*. Com a fundamental ajuda de Getúlio Vargas, Chateaubriand conseguiu realizar o empréstimo de 250 contos de réis iniciais para a compra da revista de Malheiros Dias, que se tornou diretor geral da revista tempos depois (MORAIS, 1994).

Iniciaram-se os trâmites financeiros e burocráticos que deram ao Brasil a primeira revista ilustrada de circulação nacional. Alguns meses antes do lançamento oficial da revista, houve um encontro na sede do matutino *O Jornal* entre Assis Chateaubriand e diversos jornalistas e redatores convidados. O principal objetivo da reunião era a fundação da Sociedade Anônima Empresa Gráfica *O Cruzeiro*, e foi o marco inicial da revista, lançada oficialmente em seguida.

Em novembro de 1928, Chateaubriand se preparava para a grande promoção realizada por suas empresas até aquele momento: o lançamento oficial de *O Cruzeiro*. No dia 5 de novembro daquele ano, quando o Centro da cidade fervilhava, 4 milhões de folhetos foram lançados do alto dos prédios na Avenida Rio Branco, o triplo do número de habitantes da cidade na época. Os folhetos anunciavam uma revista moderna que iria transformar a imprensa brasileira naquele período. Como havia prometido, era “Uma revista contemporânea dos arranha-céus” e colorida que “tudo sabe, tudo vê” (MORAIS, 1994).

Em 10 de novembro de 1928, chegou às bancas de jornal, do Amazonas ao Rio Grande do Sul, a primeira edição de *O Cruzeiro* (Figura 13). Chateaubriand se encarregou de que nenhuma das principais cidades do Brasil deixasse de receber as tiragens da revista e, para isso, contratou ônibus, barcos, trens e até um avião bimotor. Como apontado no editorial do seu

primeiro número, “A revista circula desde o Amazonas ao Rio Grande do Sul, infiltra-se por muitos municípios, utiliza na sua expansão os meios de condução terrestre, marítima, fluvial e aérea [...]” (CRUZEIRO, 10/11/1928, p. 3). Além de ter sido lançada em todas as principais cidades do país na época, a revista também estreou em Buenos Aires e Montevideu, da mesma edição que circulava pelo Brasil.

Figura 16: Capa da primeira edição da Revista Cruzeiro (1928)



Fonte: Revista O Cruzeiro (BND)

Evidentemente, ter o título de primeira revista semanal de circulação nacional era um trunfo estratégico. Essa distribuição em todas as capitais e principais cidades do Brasil foi um grande estímulo ao discurso de integração nacional alinhado ao pensamento político da época. Antes de tornar o conteúdo público, ele passava por uma limpeza e ordem civilizantes, um tipo de tratamento conforme os padrões do pensamento da elite brasileira (KLANOVICZ, 2017).

No editorial do primeiro número, a apresentação da nova revista desdenhava das outras que circulavam pela capital federal e pelo país: chamadas de irmãs mais velhas, o editor-chefe afirmava que as antigas revistas haviam nascido das demolições do Rio de Janeiro colonial. Afirmavam ainda que *O Cruzeiro* nascia em um novo mundo, o dos arranha-céus, da radiotelegrafia e do correio aéreo e que aquilo significava o novo mundo no Mundo Novo.

A forma de apresentar as propostas e o título da revista também possuem um ponto de vista bastante interessante e representativo do projeto de *O Cruzeiro*. O nome da revista remete ao Cruzeiro do Sul, a constelação catalogada por Ptolomeu e documentada por João de Faras, astrônomo da esquadra de Pedro Álvares Cabral, em 1500. No editorial do primeiro número, a constelação foi apresentada também como um símbolo, “volvidos quatro séculos, a bandeira nacional recolhia num losango de céu a constelação tutelar, restaurando na linguagem dos símbolos o nome do batismo de 1500” (CRUZEIRO, 10/11/1928, p. 3). Além disso, o editorial deixava claro que “Cruzeiro é um título que inclui nas suas três sílabas um programa de patriotismo”, tal qual a vontade de Assis Chateaubriand e de seu amigo Getúlio Vargas.

O editorial destacava também a importância das imagens para *O Cruzeiro*: “A revista recorre à sua expressão educativa e estética, o concurso da imagem é nela um elemento preponderante. A cooperação da imagem com o texto concede à revista [ilegível] poder tornar-se obra de arte” (CRUZEIRO, 10/11/1928, p.3). Por ser, portanto, uma revista ilustrada, as imagens possuem uma importância central em suas páginas. E isso ficou claro desde a publicação de seu primeiro número.

Nossa pesquisa se dedicou ao acervo de *O Cruzeiro*. As revistas que circulavam naquela época possuíam um papel fundamental na construção e consolidação de alguns hábitos e imaginários. De acordo com Grisolio (2014), a revista *O Cruzeiro* foi a condutora desse novo estilo de vida moderno ao qual o Brasil se lançou no começo do século XX. Meses após sua primeira edição, a revista havia se tornado em um dos maiores veículos informativos do Brasil. Por isso, nossa escolha pelo acervo da revista se justifica pela relevante circulação nacional durante o século passado. Para nós, a ideia de circulação se apresenta também como uma análise da mobilidade de algumas ideias, de valores e de imaginários no tempo e no espaço (ESPAGNE, 2013; MARTIN, 2011). E essa mobilidade de ideias, valores e imaginários – modernos – permitidos pela circulação nacional teve como veículo principal as revistas daquele período.

Como aponta Klanovicz (2017), ainda que nas primeiras décadas do século XX a imprensa nacional tenha funcionado como um porta-voz dessa necessidade de modernização, naquele primeiro momento o esforço modernizador esteve diretamente vinculado ao reordenamento dos espaços urbanos e à normatização de algumas condutas. Esses espaços e condutas eram comumente ilustrados de maneira genérica, para que o discurso moderno conseguisse atingir o maior número de pessoas possível. As revistas recorreram a algumas estratégias importantes.

Assim como a Revista da Semana no começo da década de 1920, *O Cruzeiro* retratava em suas capas gravuras de mulheres que não pertenciam ao *star system* da época. A capa das revistas era o espaço em que a imagem tinha como objetivo causar impacto e interesse simultaneamente. Em geral, essas revistas utilizavam ilustrações genéricas de figuras que representavam determinados espaços e valores sociais. A partir desses parâmetros, os signos do moderno, inovador, vanguardista e da novidade eram semanalmente expostos pela revista, sobretudo para seu principal público-alvo: o público feminino.

Para Serpa (2006, s.p.), novos padrões de comportamento foram criados “através de uma infinidade de formas como moda, roupas, eletrodomésticos, maquiagens, cinema, concursos de beleza, esporte, registros das fabulosas

festas sociais, mas, sobretudo, através das novidades em vários setores”. E é sob esse padrão comportamental que a imagem de moderno e do imaginário sobre o feminino acabam se coadunando (CASEI, 2018). A revista *O Cruzeiro* foi, em alguma medida, responsável pela criação de um conceito de modernidade para a figura feminina especificamente. Veremos nas análises das imagens que a mulher atravessou todo o período da revista e foi um eixo condutor importante inclusive para a construção de um imaginário balneário do Rio de Janeiro.

Por isso, a mulher acabou adquirindo uma importância fundamental na introdução de valores modernos no espaço social e doméstico nas primeiras décadas do século XX. Era a figura feminina que consumia produtos inovadores da indústria norte americana e se vestia segundo a moda europeia, principalmente francesa. Lembramos que é durante o século XX que se introduz o *American Way of Life* no Brasil, mas que, até as primeiras décadas desse mesmo século, a *Belle Époque* francesa ainda exercia uma grande influência na sociedade brasileira.

Essa construção de uma mulher moderna estava relacionada ao ideário nacionalista de um país que rumava para a construção de uma nação moderna. Nesse aspecto, as revistas de circulação nacional, como *O Cruzeiro*, tiveram grande importância e seduziam o leitor por meio de textos e imagens que eram produzidos exatamente com essa finalidade. Vimos que os balneários do Rio de Janeiro também surgiram nesse mesmo contexto e eram um elemento importante da vida moderna. Foram, por isso, exaustivamente pautados nas páginas da revista.

Para Guattari e Rolnik (1994), podemos considerar a mídia e a cultura como elaboradores de subjetividades. Essas subjetividades são pensadas, fabricadas e consumidas no registro do social e influenciam a maneira como as sociedades se comportam, consomem, pensam etc. No presente trabalho, procuramos entender a revista *O Cruzeiro* também como um fabricante de subjetividades em série, que ajudaram a construir uma imagem do Brasil e, mais especificamente sobre nosso objeto, um imaginário balneário do Rio de Janeiro, que é, até os dias atuais, vinculado diretamente ao estilo de vida praiano.

Essa mídia impressa trazia os debates sobre modernidade a partir da construção de sujeitos modernos que estavam sempre vinculados aos hábitos e espaços específicos, onde esses indivíduos modernos se inseriam. Um desses espaços eram as praias. No caso carioca, mais especificamente as praias da Zona Sul da cidade, lugares de grande destaque e muito recorrente nas imagens e textos da revista.

No quesito prático, a revista também contava com rotativas modernas, papéis de boa qualidade e o chamariz de colunas periódicas escritas por intelectuais renomados da época. Todo aparato construído pelos Diários Associados fez da revista um grande sucesso por muitas décadas, inclusive em um momento que ficou conhecido como “Milagre Editorial”, por volta da década de 1950, quando a revista atingiu uma tiragem média de 850 mil exemplares semanais.

De acordo com Netto (1998), cada exemplar da revista era lido, em média, por cinco pessoas. Isso significava que a revista era lida por mais de 4 milhões de pessoas a cada semana, quando o Brasil tinha uma média de habitantes na casa dos 50 milhões. A revista foi, de fato, um sucesso editorial. Netto (1998) afirma ainda que a revista *O Cruzeiro* chegou a ser colecionada por cidadãos comuns e que filas se formavam na portaria da redação por pessoas interessadas em adquirir volumes atrasados. A revista era um sucesso nacional, apesar de tratar de temas muito relacionados à vida urbana do Rio de Janeiro. A distribuição eficiente em todo território brasileiro foi uma das responsáveis por esse resultado.

Com um compromisso em modernizar o país, as revistas ilustradas, incluindo *O Cruzeiro*, cruzaram fronteiras sociais na primeira metade do século. Novas tecnologias baratearam os custos da impressão e, conseqüentemente, o preço final do produto. De acordo com Sobral (2007, p. 30), com preços mais acessíveis, essas publicações promoveram uma “democratização da cultura visual, estimulando o hábito da leitura e o interesse das classes sociais menos favorecidas pela alfabetização”. Dessa maneira, “as revistas ilustradas difundiram alterações no meio urbano, nos hábitos e valores, assim como na vida cultural da população, que modificou ou reforçou códigos sociais” (OLIVEIRA, 2014, p. 5).

Como reafirma Serpa (2006), as linhas editoriais das revistas ilustradas no começo do século XX mostravam com clareza as pretensões de fazer do Brasil um país moderno. E muitas dedicaram suas páginas à exaltação da modernidade balneária, incluindo a revista *O Cruzeiro*. O sexto número da revista, publicado em 15 de dezembro de 1928, pouco mais de um mês depois de seu lançamento, foi dedicado inteiramente ao tema da praia. Nos próximos capítulos retomaremos às análises desse número, mas vamos destacar agora apenas uma seção (Figura 17) que traz a descrição de um retrato social do que a praia começava a representar naquele momento para os cariocas.

Figura 17: Tema Nossas Praias na edição especial de 15 de dezembro de 1928



Fonte: BND.

A coluna, que não está assinada por nenhum autor, traz uma descrição do que são as praias do Rio de Janeiro no começo do século XX. Compara as praias da cidade às inglesas e francesas, e fala brevemente da relação do carioca com a praia e de como ela se desenvolveu entre os anos de 1910 e 1928. O texto também explicita as influências americanas e francesas para esse novo modo de vida recém-introduzido na cidade.

Os espetáculos matinal e vespéral das nossas praias são das horas mais belas da cidade. Hygea e Eros presidem a cerimônia do banho de mar. Como num imenso gymnasio ao ar livre, os dois sexos expõem a sua plástica aos beijos quentes do sol e aos braços húmidos da onda. *As revistas e os films americanos e franceses foram as aulas onde a mocidade aprendeu a coragem hellenica da semi-nudez.* Aliás, era todos os paizes, depois da epidemia da dansa, inaugurou-se esse culto pagão, e não é porque os rapazes flirtam com as moças, á beira mar, que o pudor se afogará. [...] O dancing prolifera. *O balneário quase não conseguiu implantar-se. Com excepção dos pequenos balneários da Urca, do Lido e do hotel Copacabana, não há onde vestir uma roupa de banho.* Os bairros do Flamengo, do Leme, de Copacabana e de Ipanema são os grandes balneários da cidade. *As casas são as suas cabines, o que circunscreve aos habitantes desses bairros o privilégio e o gozo de se banharem nas aguas tônicas do mar.* [...] Nós não podemos, em Londres, sair de Waterloo-Station em maillot para ir tomar banho em Brighton. É muito longe. *No Rio, o mar vem ter com a cidade. Toda a natureza se reuniu aqui para se dar ao homem. E o homem não a repudia. O habitante do Rio viaja sem sair de sua cidade. Vae ao mar, vae as montanhas, vae a floresta, e volta para casa á hora de jantar.* [...] Em quase toda parte, na Argentina, e no Uruguay, como na Europa, em Pocitos como em Ostende, em Deauville como no Tigre, a praia precisou da colaboração do homem e se ornou de casinos e balneários. É que seus encantos não bastavam para atrair e fixar a sua população fluctuante, a essas praias se tornaram deste modo produtos de civilização, obras do homem, que ele aperfeiçoou para sua utilidade e prazer. *No Rio, porém, a praia existe e impera sem sofrer qualquer domínio artificial.* [...] *O carioca, habitante de Copacabana, não pode ser semelhante á paulista, habitante do planalto. A carioca tem no vestiário a sua roupa de banho.* O Rio de Janeiro é a maior das cidades tropicaes de todo o mundo, exemplar quase único de uma grande metrópole que atingiu o desenvolvimento cultural e esthetico de uma urbe magnifica, digna de ser considerada uma das joias da Terra. O mar e as montanhas concorreram consideravelmente para sua proeminência, como 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. Essa função social da praia deverá merecer dos poderes públicos uma atenção especial. As praias já improvisaram uma cidade.* Há vinte anos, desde o Leme até 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 dos grandes balneários para que suas praias atraiam a população de

outros bairros, que ali virão fazer a sua cura de saúde e de alegria. (O CRUZEIRO, 15/12/1928, grifos nossos)

As praias da Zona Sul do Rio de Janeiro são tratadas no artigo como um espetáculo natural e um ginásio ao ar livre onde os banhistas, mulheres e homens, se despem para seu rito social nas areias. O trecho também destaca logo no começo a influência americana e francesa da qual havíamos mencionado anteriormente: “as revistas e os *films* americanos e franceses foram as aulas onde a mocidade aprendeu a coragem *hellenica* da semi-nudez”. Menciona também que, não só os americanos e franceses haviam se rendido aos trajes de banho como shorts e maiôs, mas todos os países modernos do mundo.

Os elogios já ajudavam a criar esse imaginário de cidade multifacetada que se perpetua até os dias atuais, onde encontramos mar, montanha, floresta e cidade sem sair do Rio de Janeiro. O trecho faz uma comparação com as cidades de Londres e Brighton, onde não é possível banhar-se no pequeno balneário do Canal da Macha e voltar para a casa em Londres vestindo trajes de banho. Também menciona a construção morfológica do balneário, com os elementos básicos criados para difundir esse estilo de vida - os cassinos, por exemplo. Destacaram ter sido desnecessária a criação de um complexo urbano para que a cidade viesse a ser um balneário. Quase como se o Rio de Janeiro tivesse uma vocação balneária natural, sem esforços a serem cumpridos. Muito embora não seja exatamente uma verdade, foi assim que o imaginário se criou sobre a cidade. Seja qual fosse o elemento, o discurso estava baseado na ideia de modernização social.

Ao longo do século XX, a revista *O Cruzeiro* influenciou definitivamente a vida de brasileiras e brasileiros, nos âmbitos público e privado. E, muito embora a revista não fosse essencialmente feminina, mais de 50% dos seus conteúdos eram voltados para o público feminino (OLIVEIRA, 2014), e isso também repercutiu nos conteúdos com temáticas balneárias. O discurso da revista foi construído a partir de um revestimento modernizador, e as próprias campanhas publicitárias, colunas especializadas e espaços que mostravam a realidade social das mulheres cariocas, traziam esse estímulo.

Na próxima seção falaremos sobre como uma das estratégias da revista foi, também, de apresentar o território brasileiro aos próprios brasileiros, numa tentativa de criar certa unificação e identidade nacionais. Nas primeiras três décadas da revista, o Rio de Janeiro ainda era capital federal e, por isso, recebia atenção especial nas páginas em suas páginas.

2.2 Falando aos brasileiros: uma apresentação do Brasil moderno

Brasil e aventura – eis a temática com a qual os grandes repórteres da maior revista ilustrada que já existiu em nossa imprensa – O Cruzeiro, integrante dos Diários Associados – formavam e enriqueciam o imaginário da população, levando-a a conhecer e a participar dos assuntos mais palpitantes que existiam em nosso país e no mundo, realizando passa isso um jornalismo cheio de garra, talento e personalidade, com estilo diferenciado, fotografando e descrevendo, sem censura – a partir da ótica nacional -, a realidade e o sonho dos meados do século XX. (CARNEIRO, 1999, p. 331)

Havia cerca de 800 publicações que circulavam pelo Brasil na década de 1920. Destas, cerca de 50 apenas eram jornais e revistas com periodicidade permanente (CARNEIRO, 1999). O *Cruzeiro* era uma delas. A revista se destacou ao longo do século XX e foi um dos principais canais de comunicação e difusão das novas pautas nacionais. Esteve no pódio do tipo ao qual se inseria durante a maior parte daquele século, foi uma grande representante das mudanças sociais e espaciais que ocorreram na cidade do Rio de Janeiro naquele período. Por isso, a relevância do acervo da revista *O Cruzeiro* se destaca para nós como fundamental para compreender, para além das mudanças espaciais, os novos comportamentos alinhados a esses espaços.

Desde seu surgimento, *O Cruzeiro* operava memórias, mitos e arquétipos encontrados no imaginário cultural. E teve capacidade de transformar esse mesmo imaginário ao construir uma determinada brasilidade que passava, invariavelmente, por uma disseminação de vários conceitos criados *no* e *para* os grandes centros urbanos (KLANOVICZ, 2017), com destaque para a modernidade e para o Rio de Janeiro.

Mesmo antes de começar a circular, em 10 de novembro de 1928, a revista já se autoqualificava como um veículo moderno de informações e sob o slogan “compre amanhã o Cruzeiro, a revista contemporânea dos arranha-céus”, e prometia um editorial diferenciado. De fato, a estreia da revista nas bancas foi uma novidade para a época. Na Figura 18, podemos ver um recorte de uma reportagem da primeira edição da revista que mostrava como tinha sido o anúncio do seu lançamento em 1928: os papéis jogados dos prédios na Avenida Central (atual Avenida Rio Branco).

Figura 18: Reportagem sobre o lançamento da revista



Fonte: O Cruzeiro, BND.

Em pouco tempo, *O Cruzeiro* se tornou o título de grande destaque no mercado editorial brasileiro. As tiragens semanais tiveram crescimentos vertiginosos ao longo dos anos e a revista obteve sucesso de público por décadas, até quase seu fechamento em 1983. E mesmo com o surgimento de sua maior concorrente, a *Manchete* (1952), *O Cruzeiro* se manteve praticamente absoluta até meados dos anos 60.

A revista *O Cruzeiro* é geralmente alçada a posição de referência na história do jornalismo nacional. Primeiro por conta do pioneirismo de sua

distribuição, mas, sobretudo, por ter difundido no Brasil o modelo de fotorreportagem no qual a fotografia transcende a função ilustrativa ou de simples registro de ocorrência (GAVA, 2005). Elas se tornaram parte de um todo homogêneo onde a busca por impactos visuais era mais constante.

A revista representou, ainda em meados do século XX, a maior aproximação com as novas ideias. O Brasil era uma nação com “(...) uma economia dependente e com uma cultura sempre de olhos bem abertos para movimentações externas” (GAVA, 2005, p. 135). O grande desafio da revista, na época, era o de buscar acertar o relógio histórico do país de acordo com o tempo dos grandes centros econômicos mundiais e, além disso, apresentar esse novo Brasil aos brasileiros. De acordo com Gava (2005, p. 136),

Com relação ao domínio artístico/cultural, a revista se manteve atenta e suscetível à série de eventos que lançaram suas bases estéticas nos anos 50. Ao folhear a revista o leitor era apresentado a uma trama de imagens e ideias emblemáticas de um país que pretendia ser moderno e inovador. [...] *No momento em que o país surgia aos olhos das camadas médias como um país do futuro, a revista não só refletiu, mas também reforçou e amplificou as noções de modernidade em seu mais amplo sentido, o que se deu por intermédio não só de matérias escritas, mas também ao longo de experimentos visuais e diagramações alternativas.* (Grifos nossos)

Por isso a relevância da revista para a sociedade da época, que queria se ver representada, assim como seus hábitos e ideias, nos estereótipos da sociedade civil moderna. O *Cruzeiro* propunha ser um veículo formativo e informativo das novas ideias; produtora e reprodutora de visões de mundo. Devemos destacar que essa visão de mundo era a ditada por um grupo social específico e direcionada também para grupos sociais específicos. Não estamos afirmando que a revista conseguiu reproduzir, informar e ilustrar toda diversidade do país: social, racial, cultural etc. Pelo contrário, muito foi deixado de lado, muitas outras ocorrências foram invisibilizadas nas páginas de O *Cruzeiro*. Mas ainda assim a revista teve uma relevância no cenário nacional. Nesse sentido, justificamos também a escolha da revista como nosso referencial para a análise da construção do imaginário balneário no século XX,

quando esse modelo se concretiza no Brasil e passa a ser referência de um estilo de vida possível.

O primeiro editorial da revista deixava claro quais eram seus objetivos:

Uma revista é um instrumento de educação e de cultura: onde se mostrara virtude [ilegível], onde se ostentar a beleza, [ilegível], onde se revelar o talento, [ilegível], se empenhar o progresso, secundá-lo. O [ilegível] dá-nos da vida a sua versão real [ilegível] no bem e no mal. A revista recorre à sua expressão educativa e estética, o concurso da imagem é nela um elemento preponderante. A cooperação da imagem com o texto concede à revista [ilegível] poder tornar-se obra de arte. A poética partidária seria tão incoerente numa revista do modelo de Cruzeiro como num [ilegível] de geometria. Uma revista deve ser [ilegível] um espelho real onde se reflete a vida e seus aspectos edificantes, atraentes e construtivos. Uma revista devera ser além de tudo, uma escola de bom gosto. (O CRUZEIRO, 10 de novembro de 1928, p. 2)

Nos primeiros números da revista também foram destacadas as aspirações para país. As temáticas das reportagens estavam alinhadas aos objetivos de Getúlio Vargas e mostravam o que estava sendo feito pelo Brasil. Construção de estradas, estímulo e investimento na comunicação interna, a criação de novos empregos, a febre da construção civil, a aviação impondo alguns caminhos pioneiros etc. O editorial de abertura de *O Cruzeiro* mencionou suas irmãs antigas, afirmando que elas nasceram dos escombros da colônia e, diferente disso, a nova revista escolhia a “civilização moderna das linhas retas” (O CRUZEIRO, 10 de novembro de 1928, p. 2). Essas linhas retas fazem referência ao modernismo da arquitetura e do urbanismo, que tanto influenciou a sociedade nas primeiras décadas do século XX.

Duas vertentes de qualidade se bifurcam em *O Cruzeiro*: a primeira ditada pela edição, conjuga o talento e a criatividade de repórteres, redatores, editores, ilustradores, fotógrafos etc.; a segunda, resultante da produção industrial, concilia organização e meios técnicos com sensibilidade e improvisação. Nesse sentido, *O Cruzeiro* muda a concepção de revista semanal ilustrada vigente no país. E abre, com antecedência de algumas décadas, um mercado que só se consolidaria e ampliaria à medida que mais publicações de informação qualificada se apresentariam aos leitores, seguindo o modelo estabelecido. (BAHIA, 1990, p. 128)

Na primeira fase, que pode ser compreendida entre o seu lançamento e o começo da Segunda Guerra Mundial, em 1939, a revista é marcada pelo forte apelo à circulação nacional a partir de uma grande entrada em todos os estados brasileiros. Houve uma distribuição efetiva da revista nas maiores cidades do país e um consumo eventual em todo território nacional. O segundo momento da revista foi também o mais importante. A partir dos anos 1940, *O Cruzeiro* inaugurou a grande reportagem. A revista deixou de ser apenas uma semanal ilustrada e passou a explorar a notícia para além dos acontecimentos em si, fazendo uma observação mais penetrante e investigativa (BAHIA, 1990).

É então que *O Cruzeiro* começa a virar a página da história do jornalismo no país. De uma revista predominantemente local, completa pela produção de colaboradores, correspondentes e agências noticiosas, *O Cruzeiro* passa à reportagem de investigação, ao acontecimento de primeiro plano onde quer que se manifeste. (BAHIA, 1990, p. 129)

Paralelo à revolução da reportagem que elevaria a revista a seu apogeu, a sede da revista foi transferida nesse mesmo período para um edifício projetado por Oscar Niemeyer, na Rua do Livramento, no Centro da cidade. A opção pela verticalização da nova sede foi um problema para quem trabalhava na revista, pois o maquinário utilizado na produção e as funções exercidas pelos trabalhadores necessitavam de um espaço normalmente planejado em áreas planas. Como descreve Netto (1998, p. 16),

tudo talvez parecesse prático na prancheta do arquiteto, mas era terrivelmente complicado na vida real. Ainda mais sendo o prédio todo fechado, com uma estrutura que deixava os locais de trabalho muito escuros e fazendo com que as pessoas ali padecessem os calores do inferno durante o terrível verão carioca.

A localização da sede da revista foi um problema por décadas. No começo da década de 1950, Adolpho Bloch, presidente da revista *Manchete* (grande concorrente de *O Cruzeiro* a partir de meados dessa mesma década), diria que sua revista oferecia aos redatores o privilégio de contemplar o mar a partir da redação. Enquanto Chateaubriand comentava que das janelas da sede de *O Cruzeiro* se podia “olhar as cabras pastando nas encostas do Morro

da Favela” (CARNEIRO, 1999, p. 332). Segundo Carneiro (1999), a localização inadequada, em uma região cujos problemas sociais e o acesso eram difíceis, não impediu que a revista iniciasse sua fase mais esplendorosa.

A década de 1940 foi o começo do auge da revista. Muito embora o foco tenha feito uma transição de um noticiário mais local, relatando principalmente nas notícias sobre o Rio de Janeiro, capital federal e sede da revista, para uma cobertura dos principais acontecimentos do país e do mundo, *O Cruzeiro* não deixou de dedicar um espaço especial para a cidade. Mas seu editorial foi ampliado para, também, falar do Brasil e apresentar o país aos brasileiros.

Entre os anos de 1950 e 1960, a revista chegou a imprimir quase 800 mil exemplares semanais, alcançando o título de maior circulação de revista brasileira em todos os tempos, principalmente quando levamos em consideração a população/público leitor. Nesse mesmo período a revista criava o que seria um dos seus marcos mais importantes: a dupla de repórter e fotógrafo que deu uma nova abrangência para as matérias ilustradas (CARNEIRO, 1999). Muitas das reportagens que veremos nos capítulos de análise da tese foram extraídas desse trabalho em dupla.

Segundo Sodré (1977, p. 153), “num país de dimensões continentais e sem maiores limitações da censura, o campo foi dominado pelo *O Cruzeiro*, cujos repórteres e fotógrafos constituíam uma espécie de elite profissional da época”. A revista foi também responsável pelos anos de ouro do jornalismo impresso e pela valorização da profissão de repórter e fotógrafo.

Silva (1989, p. 86) aponta que a revista assumiu algumas tarefas em sua linha editorial, principalmente nos anos de maior sucesso de produção e venda. Essas tarefas estavam intrinsecamente relacionadas às grandes questões do Brasil.

Uma imagem da nação, manifesta em suas reportagens sobre aspectos pouco conhecidos ou exóticos de regiões brasileiras; grande ligação ao modelo de modernidade que caracterizaria o cotidiano americano, presente em reportagens, na publicidade e mesmo na cobertura sobre aspectos da indústria cultural dos Estados Unidos; identificação com uma abordagem conservadora da democracia, expressa em sua ligação a campanhas e argumentos da UDN. (Grifos nossos)

Bahia (1990, p. 129) traz outro ponto de vista e afirma que o editorial da revista buscava, desde seu surgimento, o que havia de novo. O autor apresenta os argumentos que foram trazidos anteriormente, e continua:

A revista alia à sua agilidade, dinâmica e objetividade, uma visão realista do país. Cada lugar, desconhecido e atraente, inviolável e sedutor do território, é revelado aos leitores, obrigando os diários a uma revisão de suas pautas, a saírem em busca da notícia, e não só a esperar por ela.

Peregrino (1991, p. 38) reforça esse novo momento da revista e vai além, destacando a linguagem fotográfica de *O Cruzeiro* como uma introdução de um “moderno conceito de editoração, ocasionando a ruptura com as fórmulas editoriais consagradas que, tradicionalmente, usavam o discurso verbal como fonte principal da informação na divulgação de notícias”. Para além da notícia e da reportagem de interesse nacional, a revista também tratava de outros assuntos cotidianos.

Netto (1998) afirma que *O Cruzeiro* explorava também a figura feminina em diferentes ocasiões, fosse nas festas da alta sociedade ou nos desfiles de moda realizados nos salões do Copacabana Palace. A revista cobriu os debates sobre o banho de mar na praia de Copacabana, inclusive a introdução - sob uma chuva de críticas – dos maiôs em duas peças, os biquínis. Diversos assuntos foram explorados durante sua existência.

Nesse processo de expansão e modernização, observado principalmente pelas notícias e imagens publicadas na revista, é importante lembrar que, com o passar dos anos, *O Cruzeiro* ia alcançando um número cada vez maior de leitores em todos os cantos do Brasil. Como aponta Klanovicz (2017, p. 70), “A partir de sua circularidade, antes mesmo a televisão se popularizar no cenário brasileiro, tecnologias inovavam o cotidiano, criando e recodificando atitudes de hábitos, antes talvez impensados, como a liberação do corpo” principalmente a partir da praia, das roupas e do esporte.

Essa criação e recodificação de atitudes e hábitos que circularam pelo país através das páginas de *O Cruzeiro*, foram difundidas a partir de um diálogo entre imagens e textos que compunham suas páginas. Veremos mais a frente quais eram essas imagens e o que podemos extrair a partir de suas análises.

3. Sobre imagens e imaginários

As imagens fazem parte do nosso cotidiano. Justamente por estarem presentes em quase todos os campos da nossa vida social, a imagem se tornou uma temática cujas ramificações de estudo no mundo acadêmico são imensamente variadas. Segundo Gomes (2008, p. 191) “na tradição em que nos inserimos, imagens são produtos quase exclusivamente visuais, pelo menos esse sentido tem preeminência absoluta sobre qualquer outro dentro da cultura ocidental”. No presente trabalho tratamos delas assim¹⁵ e trazemos alguns questionamentos que surgem logo de início, quando começamos a olhar as imagens para a pesquisa.

De que forma essas imagens que temos acesso a todo tempo ajudam-nos a entender como funciona o mundo ao qual pertencemos? Como essas imagens apresentam similitudes com valores, hábitos, identidades etc. e qual o significado disso? De que maneira essas repetidas imagens, em conjunto, nos ajudaram a construir um determinado imaginário sobre um lugar? O que ganha visibilidade e o que está sendo silenciado? Muitos são os questionamentos que emergem quando se pensa sobre as possibilidades das imagens e problematizam-se os efeitos que elas têm sobre nós. O debate teórico-metodológico da pesquisa nos ajuda a compreender esses questionamentos levantados e a apresentar os caminhos escolhidos aqui.

Um desses caminhos é a representação, que surge como uma possibilidade interessante de estudar as imagens. Nossa noção de representação segue a linha interpretativa de Hall, e funciona como um ato criativo, “(...) que se refere ao que as pessoas pensam sobre o mundo, sobre o que ‘são’ nesse mundo e que mundo é esse, sobre a qual as pessoas estão se referindo, transformando essas ‘representações’ em objeto de análise crítica e científica do ‘real’”. (HALL, 2016 [2013], p. 11)

¹⁵ Ainda que tenhamos ciência das outras formas às quais as imagens vêm tomando forma nas discussões acadêmicas e científicas, como as gustativas, da memória e sonoras, por exemplo.

No presente capítulo iremos nos debruçar sobre o debate teórico-metodológico da pesquisa. Apresentaremos, primeiramente, as questões sobre imagens e a construção de imaginários espaciais. Em seguida, apresentaremos a abordagem da tese, incluindo um debate sobre nossa fonte e nossos dados coletados.

3.1 As imagens e a construção de imaginários espaciais

De acordo com Hollman (2010), tanto o conhecimento quanto a transmissão do conhecimento geográfico guardam em si uma extensa tradição visual. Lois (2009) afirma que existe um corpo substancial na literatura produzida na Geografia, especialmente na Geografia Histórica, Geografia Cultural e na História da Geografia, que investiga a variedade de culturas visuais, desde a produção e visualização de paisagens até a prática e a linguagem do mapeamento. Esse universo visual produzido e estudado ao longo dos últimos séculos, foi também responsável por uma grande produção de imagens que nos convidam, cada uma em sua especificidade, a olhar o mundo a partir de determinadas perspectivas.

Gomes (2017) afirma que, a partir de um bom uso de imagens, mais do que uma representação, elas podem ser concebidas como uma apresentação de coisas e de fenômenos que são evocados por aqueles que produzem a imagem e se oferecem ao julgamento e a análise daqueles que a examinam. Para Berdoulay (2012), o papel ocupado pelas imagens no processo de construção cultural é central. São elas que mediatizam de maneira sensível a relação do sujeito com o espaço. Em diferentes níveis, podemos afirmar que as imagens têm uma materialidade que lhes permitem exercer o papel de veículos de símbolos que possuem uma capacidade narrativa quando levamos em consideração sua dimensão temporal, também pensada na presente tese.

A ideia de que a Geografia é uma disciplina peculiarmente visual tem uma história longa e não é apenas produto de uma grande inquietação das

políticas de visão na teoria cultural mais recente. Para Driver (2013), uma história mais antiga de especulação acerca da visualidade da Geografia remonta o século XX, abrangendo as produções numerosas atraídas por metáforas visuais e técnicas de pesquisa específicas. Essa perspectiva aparece nos escritos de Mackinder e sua célebre descrição da disciplina como uma forma especial de visualização (Ó TUATHAIL, 1996).

O visual tem sido esquadrinhado por geógrafos e pesquisadores de outras áreas que possuem interesse na história e nas formas do conhecimento geográfico e o reflexo disso está no quantitativo de pesquisas que envolvem imagem e espaço de alguma forma. Esse despertar exprime a vontade de estabelecer a maneira pela qual as imagens colaboram no processo de construção do pensamento geográfico (GOMES e PARENTE-RIBEIRO, 2013) e do próprio conhecimento científico. Durante toda trajetória da História da Geografia, essas imagens tratadas foram as fotografias, pinturas, mapas, desenhos, gravuras, diagramas, fluxogramas, etc.

Gomes e Parente-Ribeiro (2013, p.29), afirmam que o raciocínio geográfico sempre esteve associado a um equipamento visual, atendendo a um “verdadeiro imperativo gráfico”, e que o próprio nome da disciplina carrega em sua etimologia a ideia de descrição – grafia. Essa ideia aparece desde Ptolomeu, que considerava a geografia uma imagem do mundo. As imagens são, portanto, instrumentos para a reflexão geográfica e colaboraram diretamente para a produção de conhecimento dentro da disciplina.

Embora essa relação esteja estabelecida desde Ptolomeu, Gomes e Ribeiro (2013) apontam que são poucas as bibliografias do campo que pensaram nas relações entre imagem e geografia, ainda que seja reconhecido o aumento na produção de trabalhos acadêmicos de geógrafos interessados nas imagens, principalmente a partir da década de 1990 (BERDOULAY e GOMES, 2010; COSGROVE, 1993, 2008; DRIVER, 2003; GODLEVSKA, 1999; NOVAES, 2014, 2013, 2011a, 2011b, 2008, 2007; GOMES, 2004, 2007, 2008a, 2008b, 2013; ROSE, 2003, 2005). Esses trabalhos mostram a vontade de compreender o papel das imagens na construção do conhecimento geográfico.

A ideia do olhar do geógrafo, que diferencia este de outros pesquisadores, também esteve presente no discurso de intelectuais como Alexander Von Humboldt, por exemplo. A própria ideia da geografia enquanto área do conhecimento científico que produz imagens do mundo é antiga. As cosmografias foram apontadas por Cosgrove (2008) como um elemento central que figura as escalas de visão geográfica e elas relacionavam às imagens a uma ordem que já existia no mundo, produzindo, assim, uma forma de apreensão dos lugares. Cosgrove (2008, p. 3) vai além quando aponta que,

[...] o termo “imagens gráficas” denota uma categoria intencionalmente ampla que inclui mapas, esboços, pinturas e fotografias, que são utilizadas para ilustrar estudos de indivíduos. (...) O que une a categoria é a capacidade de tais imagens de representar a visão geográfica em um sentido duplo, de comunicar conhecimento produzido por testemunho visual e interpretação de realidades geográficas e de transportar as formas e ideias, as esperanças e medos que constituem geografias imaginadas. Em ambos os modos de cognição geográfica, e em suas constantes interações, imagens gráficas e pictóricas tem papéis ativos e criativos que levam a representação de significações muito além da mera transcrição de fatos espaciais e ambientais.

Rose (2001) afirma que quando se estuda imagens, é necessário estar atento para o fato de que nenhuma forma visual é inocente, elas sempre estão apresentando suas visões de mundo sobre aquilo que está representado. Para Gombrich (1986, p. 61), representar algo que não é conhecido acaba por traduzir essa coisa através de um modelo, em que o indivíduo “procura na gaveta de seus estereótipos mentais o clichê apropriado”. Essa condição está presente no trabalho de Lowenthal (1961), quando apresenta as generalizações que podem ser causadas a partir do uso de imagens e da construção do imaginário.

De acordo com Novaes (2011a, p. 103), o trabalho de Lowenthal “(...) influenciou significativamente uma tendência de diferenciação da experiência geográfica em duas categorias”. A primeira delas seria o conhecimento *in situ*. A segunda seria a experiência secundária, adquirida por meio de aulas, livros, fotografias, pinturas etc. Novaes (2011a, p. 104) aponta que os estereótipos

devem ser vistos também como “(...) parte constitutiva de nossas relações com o espaço”, e não apenas como generalizações simplistas.

Segundo Novaes (2011a), muitos trabalhos dentro e fora da geografia tem tentado desconstruir essas polarizações que foram erguidas sobre as fontes primárias e secundárias, e buscam discutir a questão das representações a partir das percepções e ações sobre o espaço. Essa perspectiva sobre a percepção dos espaços pode ser observada nas descrições de Baudrillard (1981) sobre as cidades europeias, que pareciam ter saído das pinturas, e as cidades americanas, que pareciam vir dos filmes - foi adaptada e desenvolvida por alguns geógrafos a partir de uma abordagem cognitiva nos estudos do cinema e dos espaços cinematográficos (AITKEN e ZONN, 1994). Novaes (2011a) aponta ainda que o interesse de análise desses trabalhos recai menos sobre o indivíduo e mais sobre os discursos que estão envolvidos nas representações dos espaços a partir das imagens.

É importante destacar que as imagens, sejam elas quais forem em sua ordem técnica, oferecem ao espectador determinadas visões de mundo, criando diversos sentidos a partir de seus termos visuais. Assim, partimos da ideia de que as imagens também ajudam a criar imaginários de lugares, culturas etc. E essas imagens e imaginários circulam pelo mundo. Para Schwarz e Ryan (2003), o imaginário geográfico pode ser compreendido como o conjunto de mecanismos pelos quais as pessoas conhecem o mundo e se situam no espaço e no tempo.

Gomes (2017, p. 141) compreende o imaginário como

Uma composição complexa de imagens de coisas. Quando essa composição diz respeito a objetos espaciais, estamos diante de um *imaginário espacial*. Não se trata de imagens-tipo ou de distorções voluntariamente produzidas para esconder algo ou manipular pessoas. Um imaginário constitui um conjunto articulado de inúmeras cenas, de relações e fluxos, no qual a sucessão de imagens produz sentidos diversos e arranjos de significação intercambiáveis. No imaginário espacial, a unidade fundamental é a dos sistemas de lugares. (Grifos nossos)

Esse conjunto de imagens que formam um imaginário espacial nos permite mobilizar e conectar algumas delas, relacionando-as com outras. Há

um grande potencial nas imagens, sejam elas visuais ou textuais, de produzirem novas imagens e, também, imaginários. Para a tese, as imagens a serem analisadas são as fotografias, ilustrações e registros do tipo. São imagens que utilizam alguns recursos sobre um suporte para transmitir um sentido a respeito de determinado indivíduo, lugar ou acontecimento e também ajudam a construir um imaginário que é espacial. Para nós, o imaginário espacial é uma coleção de imagens, um conjunto articulado de inúmeras cenas (GOMES, 2017), geralmente conectadas, constituindo o que chamamos de um álbum de imagens.

As reflexões acerca do imaginário enquanto um álbum de imagens construído e conectado com elementos espaciais, e reafirmando o percurso realizado até aqui sobre seu papel fundamental na construção desse imaginário, nos inspiram a elaboração de um enfoque metodológico ancorado nas imagens. Assim, a fotografia e recursos correlatos são considerados em nosso trabalho como um produto cultural, resultado de um trabalho social de produção de significados.

Como aponta Mauad (2005), desde o final do século XIX e, principalmente, a partir do começo do século XX, a percepção visual do mundo estava marcada pela utilização de dispositivos técnicos para a produção de imagens, dentre eles e com grande relevância, a fotografia. A demanda social por essas técnicas foi crescente ao longo do século XX, principalmente a partir da Primeira Guerra Mundial. Para a autora, essa demanda foi tão amplificadas nessa época, que podemos contar sua história a partir das imagens técnicas, principalmente a fotografia. Neste sentido, a fotografia se aproxima de uma dimensão de documento e monumento tal como concedida por Le Goff (1996).

Esse procedimento se desdobra em alguns debates teórico-metodológicos, dentre os quais podemos destacar: o papel desempenhado pela tecnologia na produção de sentidos na sociedade contemporânea; o papel do indivíduo enquanto ser social e mediador da produção cultural, compreendendo a relação de produtores e receptores de imagens como uma negociação de sentidos; a capacidade narrativa das imagens visuais estabelecendo um debate temporal das imagens; e, por fim, o diálogo que pode

ser estabelecido entre imagens e outros textos, evocando o princípio da intertextualidade.

Segundo Mauad (2005, p. 135), podemos considerar esses desdobramentos a partir de três aspectos: a questão da produção, a questão da recepção e a questão do produto. A autora analisa esses três aspectos da seguinte forma:

A questão da produção – o dispositivo que media a relação entre o sujeito que olha e a imagem que elabora. Por meio dessa atividade de olhar ocorre a manipulação de um dispositivo de caráter tecnológico que possui determinadas regras definidas historicamente.

A questão da recepção – associada ao valor atribuído à imagem pela sociedade que a produz mas também a recebe. Na medida em que esse valor está mais ou menos balizado pelos efeitos de realismo da imagem, ele apontará para a conformação histórica de certo regime de visualidade. Portanto, se a questão da relação da imagem com o seu referente e o grau de iconicidade dessa imagem é uma questão estética, seu julgamento (ou apropriação) tem a ver com as condições de recepção e de como, por meio dessa, atribui-se valor à imagem: informativo, artístico, íntimo, etc.

A questão do produto – entende-se aí a imagem consubstanciada em matéria, a capacidade da imagem potencializar a matéria em si mesma, como objetivação de trabalho humano, resultado do processo de produção de sentido e relação sociais. Compreendida como resultante de uma relação entre sujeitos, a imagem visual engendra uma capacidade narrativa que se processa numa dada temporalidade. Estabelece, assim, um diálogo de sentidos com outras referências culturais de caráter verbal e não-verbal. As imagens nos contam histórias (fatos/acontecimentos), atualizam memórias, inventam vivências, imaginam a História.

Para nossa pesquisa, esses desdobramentos foram centralizados em um deles: *o produto*, as imagens em si. Essa categoria é relevante para uma análise da construção do imaginário da cultura balneária do Rio de Janeiro a partir das imagens que serão trabalhadas na tese e que, veiculadas pela revista *O Cruzeiro*, tiveram uma ampla circulação nacional. A ideia de circulação se acrescenta a este conjunto de apreciações, propondo uma análise da mobilidade das ideias, dos valores e dos imaginários no tempo e no espaço (Espagne, 2013; Martin, 2011).

O presente trabalho procura articular a discussão teórico-metodológica mais ampla sobre imaginário e Geografia a uma análise mais apurada das imagens que se referem ao espaço. Procuramos compreender o processo de construção simbólico da cultura e do imaginário balneário do Rio de Janeiro a

partir das imagens vinculadas ao espaço litorâneo relativas à mídia impressa. A escolha do acervo da tese recaiu sobre a revista *O Cruzeiro*, que veiculava críticas de costumes dos moradores e visitantes da cidade. De acordo com Mauad (2005, p. 134), esse tipo de mídia ajudava a compor um circuito social da fotografia, conjugando, assim,

A educação do olhar, promovida pela ampla circulação de determinados tipos de fotografias, à consolidação dos códigos de comportamento e representações sociais que passavam a regular as relações no processo de produção de sentido social hegemônico.

A autora explica ainda que nessa perspectiva, a fotografia pode ser interpretada como resultado de um trabalho social de produção de sentidos, que se pauta sobre códigos convencionais da cultura. Mauad (2005, p. 139) aponta que podemos entendê-la como

Uma mensagem que se processa através do tempo, cujas unidades constituintes são culturais, mas assumem funções sógnicas diferenciadas, de acordo tanto com o contexto no qual a mensagem é veiculada quanto com o local que ocupam no interior da própria mensagem

Nesse sentido, a fotografia não representa apenas uma escolha sintagmática, mas também paradigmática, pois sua representação final é sempre uma escolha dentro de um conjunto de inúmeras outras escolhas que poderiam ter sido realizadas. Também precisamos considerar o papel de quem as vê. Nunca ficamos passivos diante de uma imagem, ela nos provoca a imaginação, pois faz refletir sobre um passado que persiste a partir da materialização da imagem, deixando sua marca registrada sobre um registro sensível.

De acordo com Mauad (2005), existem três pontos fundamentais para compreender e analisar as fotografias históricas. O primeiro ponto é entender que numa determinada sociedade, coexistem e estão articulados diversos códigos que fornecem elementos para significar esse determinado universo cultural. Esses códigos são sempre elaborados pelas práticas sociais e não podem ser analisados como entidades fora da história. O segundo ponto é

conceber a fotografia como resultado de um processo de construção de sentidos. “A fotografia comunica-se por meio de mensagens não-verbais, cujo signo constitutivo é a imagem” (MAUAD, 2005, p. 144). O terceiro ponto é perceber que a relação acima não é automática, visto que entre o sujeito que a olha e a imagem que elabora existe um processo de investimento de sentido que não pode ser desconsiderado.

Esse investimento de sentidos, em nosso trabalho, se fundamenta na própria produção do espaço balneário e como se constituiu esse imaginário espacial. Como apontamos anteriormente, esse conjunto de imagens que é convocado e acessado pela imaginação, quando relativo ao espaço, podemos denominá-lo como um imaginário espacial. E pretendemos compreender como as imagens veiculadas pela revista *O Cruzeiro* ajudaram na construção do imaginário balneário da cidade ao longo do século XX.

A imagem, como aponta Mauad (2005), contribui para a veiculação de novos comportamentos e representações sociais, bem como atua como meio de controle social a partir da educação do olhar. A partir desse pressuposto, podemos compreender as imagens como um documento, devendo “passar pelos trâmites das críticas externa e interna para depois ser organizada em séries fotográficas, obedecendo a certa cronologia” (MAUAD, 2005, p. 144). Essas séries podem agrupar grupos grandes de fotografias ou quaisquer outras imagens, contando com um universo significativo de imagens visuais.

Para nós, existe uma forte relação entre as imagens e a revista escolhida como fonte da tese, já apresentada no capítulo anterior. Foi em *O Cruzeiro* que a fotografia começou a ser um objeto importante, valorizado, e assumiu uma função prioritária nas páginas da revista. Muitos ilustradores renomados trabalharam em *O Cruzeiro*, elaborando o acabamento visual das reportagens, dos contos e dos resumos literários. Espaço como “Fatos da Semana” e “Pelas Cinco Partes do Mundo” traziam um resumo instantâneo dos principais acontecimentos no Brasil e no mundo (BAHIA, 1990, p. 129). Tudo isso sempre recheado de fotografias.

A comunicação extrapola o texto na revista *O Cruzeiro*. Passaram a ser destaques as fotografias e os desenhos, que ocuparam grande parte das páginas da revista. Essa mudança tem o intuito fundamental de aproximar os leitores e fazê-los consumir, cada vez mais, seus conteúdos. Por isso também escolhemos a revista como nossa fonte de imagens. Foi por ela que circulou pelo Brasil as imagens do próprio Brasil. Foi pelas páginas de *O Cruzeiro*, que as imagens passaram, cada vez mais, a ganhar espaço e a consolidar uma imagem e um imaginário dos lugares. Dentre eles as praias cariocas. Na próxima subseção, trazemos a abordagem da tese, com um debate sobre os métodos e fontes da pesquisa e a operacionalização do trabalho.

3.2 A abordagem da tese

Cada método desenvolvido nas pesquisas em Geografia, bem como em outras áreas, está sempre dotado de ideologias que são também epistemológicas. Nesse sentido, George (1972, p. 8-9) afirma que a “pesquisa geográfica recorre sucessiva ou simultaneamente aos métodos de cada uma das ciências que se vale para chegar ao conhecimento analítico dos dados incluídos nas combinações que constituem os objetos de seus estudos fragmentários ou globais”.

O autor afirma que a Geografia é uma ciência metodologicamente heterogênea e que cada método utilizado contém em si posicionamentos epistemológicos diferentes. Além disso, duas considerações fundamentais sobre o método devem ser feitas. A primeira delas é que a escolha do método está também relacionada a posição particular do pesquisador frente ao objeto. Por outro lado, também devemos considerar que objetos de estudos diferentes encaminham o pesquisador para grupos específicos de método que se alinham a sua pesquisa.

Por isso, nesta seção, mostramos primeiramente nosso método, os debates metodológicos da utilização de dados primários e nossa fonte de pesquisa, detalhando os caminhos de análise escolhidos. Num segundo

momento, apresentaremos nossa operacionalização da pesquisa, métodos de coleta de informações e detalhamos o processo de construção das bases de dados e das nossas categorias de análise das imagens.

3.2.1 Método e fontes da pesquisa

Para com Abbagnano (1998), o método pode ser compreendido por dois significados. O primeiro deles é mais geral e se estende sobre vários campos de pesquisa, se definindo mais como uma orientação metodológica do trabalho: fenomenologia, método dialético, empirismo lógico, hermenêutica etc. A segunda forma de se compreender o método é como uma técnica sistemática e particular de pesquisa. Dentro dessa perspectiva o método é percebido e elaborado como procedimentos específicos de análise e de verificação dos dados.

Quanto a isso, concordamos com Morin (2005, p. 36) quando o autor afirma que “o método só pode se construir durante a pesquisa, ele só pode se emanar e se formular depois, quando o termo se transforma em um novo ponto de partida, desta vez dotado de método.”. Em outras palavras, “o método se ajusta ao fenômeno e não o fenômeno se ajusta ao método” (ALVES, 2008, p. 3). E a escolha do método está sempre relacionada ao tipo de dado com os quais o pesquisador trabalha.

Existem dois tipos de dados mais comuns com os quais as pesquisas são realizadas, os primários e os secundários e, por consequência, a escolha por um desses tipos de dados encaminha o desenvolvimento de metodologias e métodos nos trabalhos. Isso porque eles se distinguem essencialmente, em termos de construção de pesquisa. Os autores explicam que “a primeira é geralmente tomada como dados gerados pelo pesquisador, enquanto a segunda é geralmente tomada como dados gerados por outra pessoa ou agência” (CLOKE *et al*, 2004, p.4).

Nossa pesquisa se utiliza de *dados primários* para sua construção. Os dados primários podem ser analisados de duas maneiras diferentes: quantitativamente ou qualitativamente. Para nossa pesquisa de tese, nossa base de dados será analisada a partir desses dois métodos, qualitativo e quantitativo. No entanto, é importante destacar que nosso interesse maior não está nas respostas que o método quantitativo nos dará. Seria insuficiente trabalhar com o conceito de imaginário, dentro de uma perspectiva de abordagem cultural, realizando apenas análises quantitativas. Por isso, nosso interesse maior está nos fundamentos do método qualitativo de análise dos dados.

Embora os métodos qualitativos e quantitativos se caracterizem como um esforço cuidadoso para a descoberta de novas informações, os caminhos que são percorridos nessas buscas são fundamentalmente diferentes. Nas próximas linhas vamos delinear de maneira mais clara as diferentes perspectivas de pesquisa a partir da escolha de diferentes métodos de tratamento dos dados.

Para Heidrich (2016, p. 21), por pesquisa ou metodologia qualitativa,

Pode-se compreender a prática ou conjunto de procedimentos voltados à coleta de informações que envolvem o uso da linguagem, em geral objetivadas para a captura de subjetividades e/ou significados contidos nos textos produzidos no levantamento em trabalho de campo.

O método qualitativo, portanto, privilegia os estudos de questões mais subjetivas, geralmente não quantificáveis. E geralmente não se preocupam em medir ou quantificar os eventos ou grupos estudados, pois não faz uso de instrumentos estatísticos para análise dos dados. As questões e os focos de interesse podem não ser definidos *a priori*, pois o percurso da pesquisa pode variar à medida que a pesquisa se desenvolve. Além disso, dependendo dos instrumentos utilizados no trabalho, o pesquisador e seu grupo assumem um papel mais ativo na pesquisa, diferenciando-se um pouco da tradicional perspectiva de neutralidade do cientista. Trazendo esse debate para a

Geografia, o uso de métodos quantitativos se intensificou no período que ficou conhecido como Nova Geografia, em meados do século XX, e buscou construir uma disciplina verdadeiramente científica a partir de leis gerais que pudessem ajudar a construir padrões espaciais.

As mudanças nos usos desses dois métodos de análise de dados passaram por profundas transformações naquele que ficou conhecido como o século mais fecundo dos debates científicos. Durante parte do século XX, as pesquisas de ciências humanas foram marcadas por estudos que valorizavam fortemente a adoção de métodos quantitativos na descrição e explicação dos fenômenos que englobam seu interesse: cultura, economia, educação, psicologia etc. Esse processo de influência dos métodos clássicos da pesquisa científica já foi mencionado anteriormente. No entanto, a partir das últimas décadas do século XX, com as críticas sofridas pelos métodos positivistas por diversos acadêmicos, essa outra forma qualitativa de abordagem dos dados veio se instalando e se afirmando como uma frutífera possibilidade de investigação.

Gostaríamos de destacar algumas questões importantes dentro desse debate sobre métodos quantitativos e qualitativos. Embora a nossa pesquisa seja essencialmente qualitativa, o levantamento realizado possui uma grande relevância em termos quantitativos. Como mencionamos no resumo da tese, foram lidas mais de 8.600 ocorrências, dentre elas reportagens longas e curtas, propagandas, colunas, fotorreportagens, charges etc. ao longo do nosso período dedicado ao levantamento. Foram mais de dois anos de trabalho, entre maio de 2018 e setembro de 2020, debruçada sobre o site da BND, lendo atentamente cada uma das mais de 8.600 ocorrências de nosso interesse.

Esse levantamento quantitativo só foi possível ser realizado em um “curto” espaço de tempo porque o acervo da BND, que vem sendo digitalizado desde 2008, está indexado. A indexação é o processo de anexar arquivos em um sistema e catalogar essas informações, como as palavras e os metadados. Assim, quando realizada uma busca por palavra-chave após a indexação do material, o sistema é capaz de analisar um índice dos termos e encontrar resultados, tornando a busca extremamente mais rápida. E, muito embora o

processo de indexação tenha favorecido – e até permitido – o desenvolvimento dessa pesquisa de doutorado, ainda assim foram dedicadas muitas horas de trabalho sobre as quase 200 mil páginas da revista *O Cruzeiro*, indexada na Hemeroteca da BND. Ainda vale mencionar que, como os arquivos são muito grandes, dada a qualidade da digitalização dos documentos, carregar cada uma das ocorrências exigiu uma enorme paciência com as ciências da tecnologia. Em diversos dias dessa etapa, o sistema estava extremamente lento, o que atrasava e dificultava a conclusão das metas que foram sendo criadas.

Também gostaríamos de destacar a dificuldade de conseguir pelo caminho oficial as imagens selecionadas para serem analisadas no presente trabalho. Como o acervo da revista *O Cruzeiro* que está disponibilizado na BND é de livre acesso, existe a possibilidade/necessidade de solicitar por e-mail à instituição as cópias dos documentos selecionados em alta resolução. No entanto, o contato com a BND foi bastante dificultoso. Em geral, os e-mails não foram respondidos e, no único retorno que tivemos, ficamos apenas com a promessa do envio dos primeiros dez arquivos solicitados. Por isso, resolvemos fazer o levantamento por nossa conta, com os métodos possíveis e utilizando as imagens da forma como conseguimos extrair da plataforma. Embora essas dificuldades tenham aparecido no caminho, conseguimos realizar o levantamento e baixar as imagens em alta resolução.

Nosso principal acervo, de onde tiramos os números da revista *O Cruzeiro*, foi a Hemeroteca¹⁶ da BND, que está sob administração da Fundação Biblioteca Nacional. A BN é o órgão responsável pela execução da política governamental de captação, guarda, preservação e difusão da produção cultural do país e é a mais antiga instituição cultural do Brasil, sendo responsável pela memória iconográfica e documental. Atualmente a BN possui um acervo de mais de 9 milhões de itens e é considerado pela Organização

¹⁶ É um setor específico de acervos onde podem ser encontrados periódicos, jornais, revistas e obras em série de determinados lugares. A hemeroteca da Biblioteca Nacional é a maior do Brasil.

das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como um dos principais acervos de bibliotecas nacionais do mundo.

Como garantia de manutenção e preservação do acervo, a Fundação Biblioteca Nacional instituiu um projeto de digitalização de parte de seus itens. Fundamentados nas políticas tecnocientíficas da preservação da memória nacional, a Fundação criou a Biblioteca Nacional Digital, responsável por disponibilizar o acesso à informação através da digitalização de documentos, jornais, revistas, periódicos, iconografia, cartas, plantas, fotografias, desenhos, mapas etc. de seu acervo. Atualmente, a Biblioteca Nacional Digital possui uma média de 160 mil documentos visualizados diariamente. Esse é, inclusive, um número bastante expressivo.

Dentre os milhares de documentos que fazem parte do acervo da Biblioteca Nacional Digital, ou seja, que já se encontram completamente disponibilizados online para diversas audiências, está a revista *O Cruzeiro*. A revista semanal ilustrada teve ao longo de seus 57 anos de publicação, mais de 2.500 números e, por ter sido a primeira revista de circulação e venda nacional do Brasil, ocupou o cargo de liderança dentro da tipologia de publicação durante quase toda sua existência.

As mais de 200 mil páginas publicadas ao longo do século XX encontram-se digitalizadas na Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital. Apenas alguns poucos números, nos anos que antecederam o fechamento da revista, não estão disponíveis. E, como mencionamos, os arquivos estão indexados, o que facilitou nossa busca e levantamento da revista. Organizamos nosso levantamento a partir de duas formas. A primeira foi a organização sistematizada de todas as imagens, reportagens e propagandas levantadas da Biblioteca Nacional Digital, catalogadas por um código. Concomitantemente, fomos elaborando uma tabela que organiza e sistematiza essas imagens através de algumas categorias que observamos fundamentais ao longo do levantamento. Essa tabela com todas as informações básicas do levantamento

está disponibilizada em um link¹⁷ do *Google Docs*. Optamos por disponibilizar para consulta de maneira virtual - e não em Anexo ao final da tese, como habitual – pois transmitida pra o documento, a planilha de transformou em mais de 200 páginas de anexo.

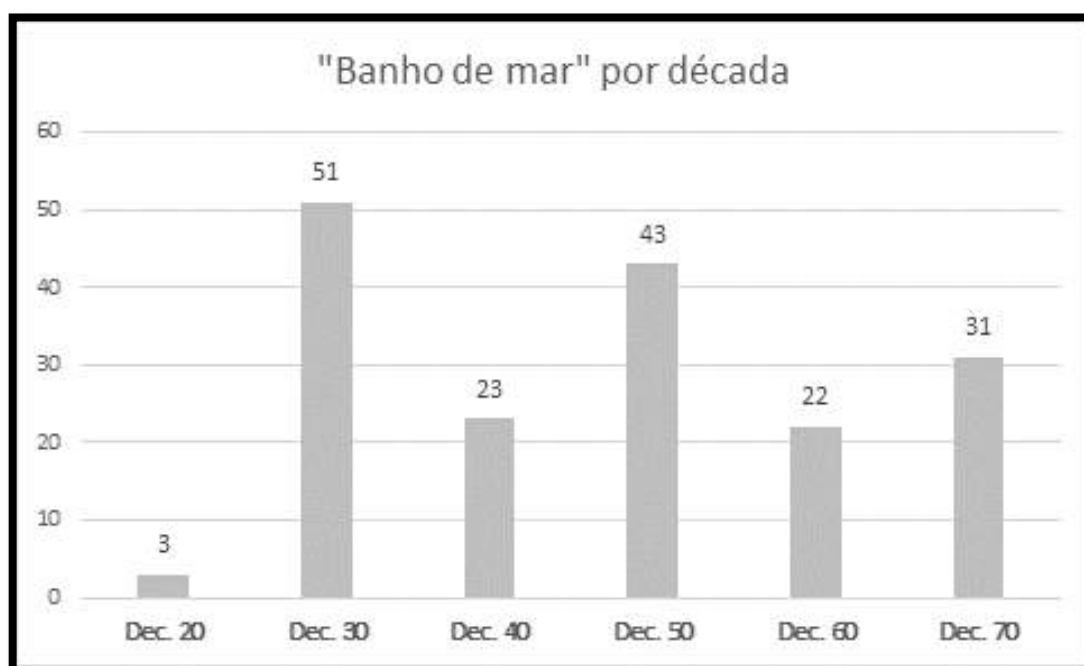
Utilizamos o recurso da indexação para acelerar o processo de levantamento. Realizamos a pesquisa a partir de palavras-chave que nos levassem direto para as publicações e reportagens de nosso interesse. Com a palavra-chave “*banho de mar*”, encontramos um total de 535 ocorrências. Destas, 173 nos interessaram diretamente para a pesquisa.

No decorrer do levantamento decidimos não levar em consideração as reportagens repetidas - excetuando-se as que tinham fotografias ou quaisquer outras imagens diferentes que pudessem ser de nosso interesse - e as reportagens ou ilustrações que faziam referência ao banho de mar em outros Estados do Brasil que não fosse o Rio de Janeiro. Também deixamos de lado do levantamento as reportagens, fotografias, propagandas ou charges que, muito embora fossem sobre a cidade, não dialogavam exatamente com o nosso objeto de estudo. Por isso, nosso acervo restringiu-se a 173 ocorrências de interesse nesse primeiro momento.

A partir do levantamento realizado, algumas análises puderam ser esboçadas e indicaram possíveis caminhos por onde a pesquisa seguiu. Como podemos observar no Gráfico 1, a maior parte das ocorrências com a palavra-chave “*banho de mar*” foi registrada durante a década de 1930, período em que, como já vimos, a praia deixava de fazer parte de um receituário medicinal e higienista e se constituía no cotidiano como um novo espaço de sociabilidade, principalmente das classes mais abastadas. É nesse período também que a praia de Copacabana se instituiu como lugar central dos banhos de mar na cidade do Rio de Janeiro e os outros bairros da Zona Sul surgem como novos lugares da vida da aristocracia e da burguesia da época.

¹⁷ Link da planilha:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jAm7kkU6g_85rqQP1fK9LWnb_mAABznZ/edit?usp=sharing&ouid=111972455231253970587&rtpof=true&sd=true

Gráfico 1: Ocorrências por década: palavra-chave "banho de mar"

Fonte: Organização própria.

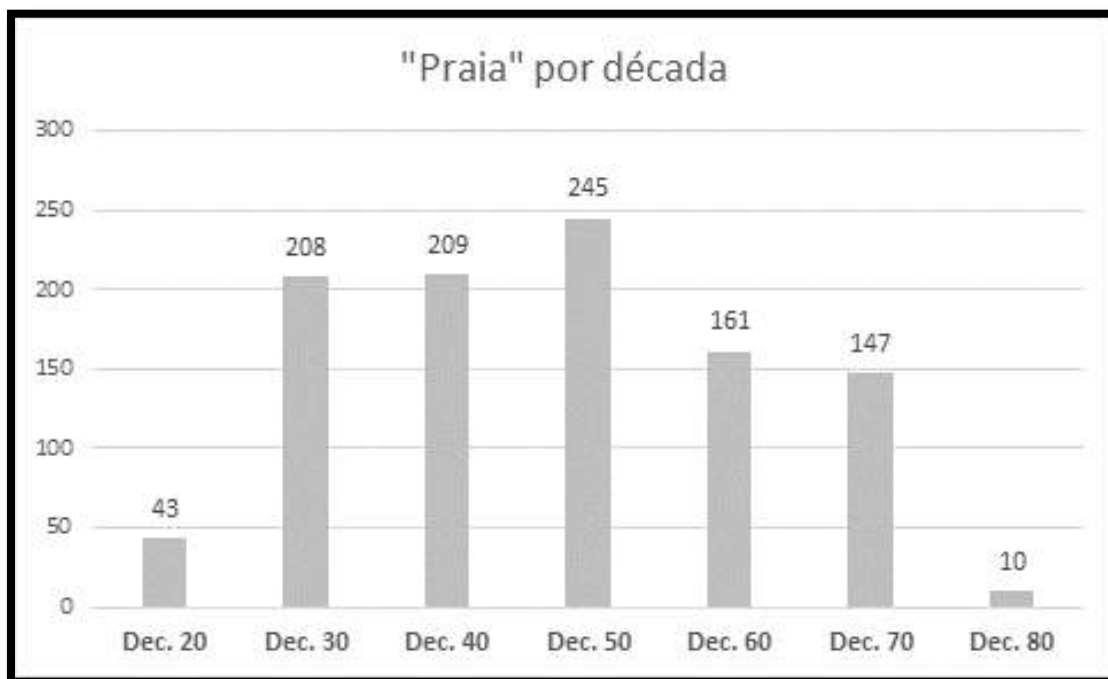
Ao longo dos estudos para a tese e do levantamento e leitura do conteúdo da revista, percebemos que havia uma mudança significativa na maneira como a praia era mencionada. Na primeira metade do século XX, incluindo as duas décadas inteiras de circulação da revista, dizia-se com muita frequência “banho de mar”. Como explicamos no começo do trabalho, houve, de fato, uma mudança de conduta social e de *status quo* da praia durante o século passado. E, como imaginávamos, isso refletiu diretamente na maneira como a praia aparecia na revista. No começo, as ocorrências ainda se referiam muito às praias como um lugar para se banhar no mar. Ao longo do século houve uma mudança e a palavra “praia” começou a aparecer com muita frequência, refletindo a maneira como as pessoas começaram a interagir nesse espaço.

Decidimos que a busca na revista não poderia se limitar à palavra-chave “banho de mar” e fizemos um segundo levantamento com a palavra-chave “praia”. Enquanto no primeiro levantamento tivemos um total de 535 ocorrências para serem vistas e filtradas, no segundo momento o número

saltou para 8.023 ocorrências indexadas que mencionavam a palavra “praia”. Todas as ocorrências foram, página por página, lidas e analisadas e, assim como fizemos com a “banho de mar”, excluímos as propagandas e reportagens repetidas e as que não eram de interesse da nossa análise. Assim, nosso segundo levantamento restringiu-se a 1.011 ocorrências. Chegar a esse número tão restrito foi um processo bastante trabalhoso, já que muitas outras ocorrências tinham informações fortemente interessantes. Mas nos concentramos em levantar um número que fosse possível analisar com profundidade nas etapas seguintes.

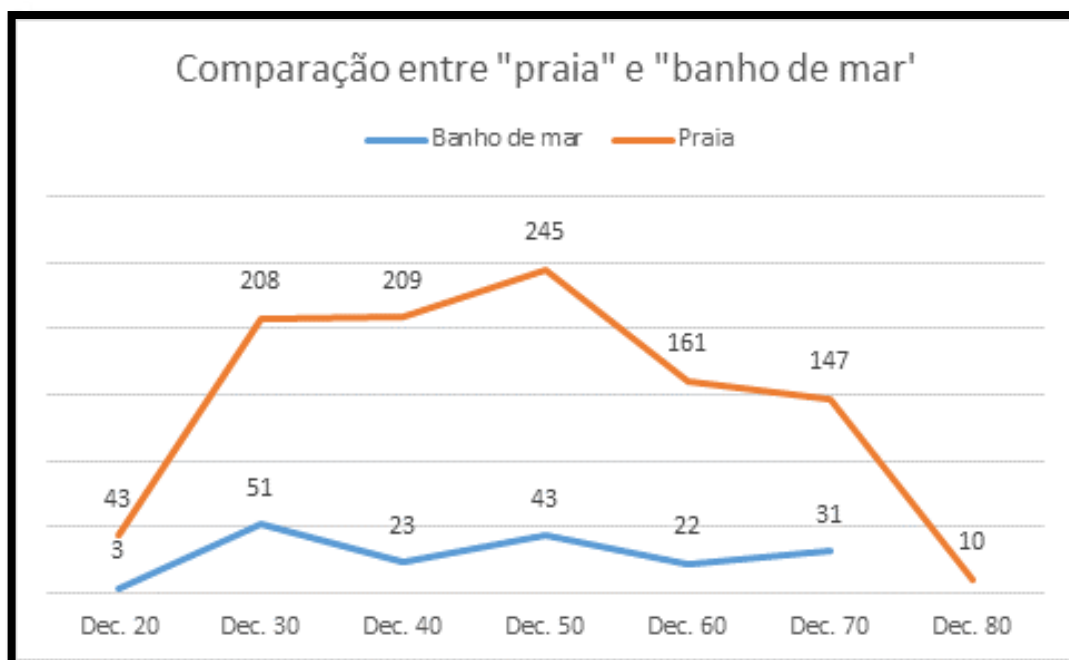
Justificamos esse nosso recorte também pela impossibilidade de fazer uma leitura minuciosa dos textos das ocorrências em sua totalidade e de uma análise mais completa das imagens. Além disso, dentro do nosso levantamento, que totalizou 1.184 ocorrências de interesse maior (somando as duas palavras-chave indexadas), selecionamos as mais relevantes e interessantes para o nosso debate. Privilegiamos as reportagens que ganharam um espaço especial nas páginas da revista, as propagandas e colunas que apareceram repetidamente ao longo dos anos e as imagens que reproduziam uma mesma estética. Também demos destaque às ocorrências que pouco apareceram na revista, principalmente as relacionadas à Praia de Ramos, que não estavam de acordo com os modelos de civilidade pautados na vida moderna da burguesia carioca.

Quando comparamos o gráfico anterior com o outro (Gráfico 2), feito a partir das ocorrências da palavra-chave “praia”, observamos uma mudança significativa. Essa mudança acontece não apenas no quantitativo de ocorrências, como também na distribuição dessas ocorrências ao longo do século XX. A década de 1950, com 245 ocorrências, é a que mais publicou conteúdos relacionados à praia, seguido pela década de 1940, com 209 ocorrências. Além disso, das 1.011 ocorrências selecionadas, apenas 72 não possuem nenhuma fotografia ou ilustração, enquanto 951 ocorrências apresentam imagens gráficas.

Gráfico 2: Ocorrências por década: palavra-chave “praia”

Fonte: Organização própria

As décadas de 1930, 1940 e 1950 possuem um destaque quantitativo nas ocorrências levantadas. A década de 20 possui um número bastante inferior se comparadas às outras. Mas é importante lembrar que a revista foi lançada no final de 1928, portanto essas 43 ocorrências são de, praticamente, um único ano. A década de 1980 é a que aparece com o menor número de ocorrências levantadas. Acreditamos que isso tenha acontecido por dois motivos: primeiro porque a revista foi extinta no começo da década de 1980 e, por isso, já estava em período de grande decadência. E segundo porque nesse momento final nem todos os números estão guardados no acervo da BN. Muitos números não estão disponíveis, apenas alguns poucos. No Gráfico 3 podemos ver a comparação por década das duas palavras-chave.

Gráfico 3: Comparação entre as duas palavras-chave

Fonte: Organização própria.

A revista *O Cruzeiro* se destacou no cenário nacional pela sua importante veiculação de informações e imagens que compunham o circuito social do Brasil no século XX. Como mencionamos anteriormente, por ser uma revista ilustrada, as imagens possuíam papel fundamental na própria constituição da revista que, comprometida com a educação do olhar, promovia a ampla circulação de determinados tipos de fotografias. Nesse sentido, a revista ajudou a consolidar determinados códigos comportamentais e algumas representações sociais que passavam a regular a própria forma como os espaços da cidade eram utilizados e vistos.

Nesse cenário, a revista dividiu espaço ao longo do século XX com diversas outras também ilustradas que utilizavam dos recursos imagéticos, principalmente das fotografias, para reproduzir modos de viver e ditar comportamento sociais. *Careta*, *Fon-Fon*, *Malho*, *Revista da Semana*, *Eu Sei Tudo*, *Kosmos*, *Cinearte*, *Beira Mar*, entre outras, compuseram esse grande quadro de produção e circulação de imagens ao longo do século XX. Seus editoriais eram responsáveis por ditar moda e apresentar comportamentos internacionalizados de uma burguesia moderna, impondo modos de ver e viver

nos espaços urbanos, principalmente nas grandes cidades da época, como o próprio Rio de Janeiro, capital federal até os anos 1950.

Mas, apesar de privilegiada por sua abrangência nacional e pela quantidade de tiragens semanais, estamos cientes ao longo da pesquisa que a revista *O Cruzeiro* não foi a única responsável pela circulação de imagens e, conseqüentemente, pela criação de imaginários sobre o Rio de Janeiro e, mais especificamente, as praias cariocas. Além disso, na década de 1970 a TV começa a se popularizar no Brasil e passa a ser, em poucos anos, o mais importante veículo informativo. Nesse contexto, as revistas semanais perdem fôlego e espaço e se inicia um período de decadência das principais revistas nacionais. Na próxima seção mostraremos a operacionalização da pesquisa e também o processo de construção das categorias de análise que nos permitiram analisar as imagens levantadas.

3.2.2 Operacionalização da pesquisa e categorias e análise

Como mencionamos, o levantamento da pesquisa foi organizado a partir de duas maneiras: (1) uma pasta em nuvem¹⁸ onde estão inclusas todas as imagens levantadas para a tese, salvas em formato *.png*¹⁹. (2) Uma planilha analítica que elaboramos conforme o levantamento foi se realizando e que incluía algumas informações para fins de classificação e filtragem dos elementos. O link da planilha foi disponibilizado na subseção anterior do trabalho e encontra-se disponível para consulta.

Na planilha, criamos algumas categorias para organizar o material levantado e esta foi organizada da seguinte forma: **(1) Acervo**, onde são informados o código do registro do arquivo e o número da ocorrência na base da Biblioteca Nacional Digital. **(2) Informações da Revista**, onde se

¹⁸ Link para acesso à pasta onde estão todas as imagens levantadas para a tese: https://drive.google.com/drive/folders/1Q-gSCisBwx-02FJIPkxWh0ORA1QJxdJH?usp=share_link

¹⁹ O PNG, ou (Portable Network Graphic), é um tipo de imagem geralmente usado para fornecer um plano de fundo transparente e/ou uma imagem semitransparente.

concentram as informações de ano e número da revista, data de publicação, páginas da publicação e título do texto. **(3) Informações de Observação do Material**, incluindo o tema tratado, se contém ou não imagem na ocorrência, um código de registro da imagem – no caso das selecionadas para análise, e uma breve descrição geral da ocorrência. É importante lembrar que existem duas abas na planilha, cada uma delas destinada ao levantamento das palavras-chave utilizadas (“praia” e “banho de mar”).

A necessidade de organizar um banco de dados dinâmico com as informações que servem de base para análise está relacionada à possibilidade de poder correlacionar os elementos nele inscritos a partir de nossas categorias de análises. Foi através da ferramenta de filtragem da planilha que conseguimos fazer algumas análises estatísticas do nosso levantamento, apresentadas na seção anterior.

Para dar conta da análise desse quantitativo de imagens veiculadas na revista, decidimos criar categorias de análises que possibilitaram a construção dos nossos resultados de pesquisa. Para isso, embasadas nas discussões de Mauad (2005) e Rose (2001), e avaliando preliminarmente nosso acervo e base de dados, foi possível estabelecer algumas categorias analíticas de metodologias visuais e desenvolver duas fichas de análise para transformar a imagem fotográfica em informação, distinguindo-as entre a *forma do conteúdo* (Quadro 1) da imagem e a *forma de sua expressão* (Quadro 2).

Quadro 1: Forma conteúdo

Forma Conteúdo	Número do Registro
	Data de Publicação
	Páginas
	Local Retrato
	Pessoas Presentes
	Objetos Presentes
	Período do Dia
	Atividade Retrato
	Descrição e Complemento

Fonte: Adaptado de Mauad (2005)

Quadro 2: Forma Expressão

Forma Expressão	Número do Registro	
	Sentido da Fotografia	Horizontal
		Vertical
	Distribuição de Planos	
	Objeto Central	
	Foco	
	Relação com o Texto	
	Descrição e Complemento	

Fonte: Adaptado de Mauad (2005)

No quadro da ficha sobre *Forma Conteúdo*, levamos em consideração a relação entre alguns elementos e o contexto ao qual a imagem está inserida, sendo pensadas a partir do nosso recorte temático e temporal – as praias cariocas e o período de duração da revista O Cruzeiro. Nessa ficha, categorizamos e estudamos as imagens a partir de nove categorias: (1) *Número do Registro* na nossa base, (2) *Data da Publicação* da imagem, (3) *Páginas* do número da revista onde se encontram as imagens, (4) *Local Retrato*, quando possível, com a identificação do bairro, (5) *Pessoas presentes* na fotografia, (6) *Objetos Presentes*, (7) *Período do Dia* em que a fotografia foi tirada, (8) *Atividade Retrato* se for o caso, (9) *Descrição e Complemento* sobre a imagem.

No segundo quadro, a ficha sobre *Forma Expressão*, levamos em consideração as “opções técnicas e estéticas” (MAUAD, 2005, p. 145) das fotografias. Categorizamos e estudamos as imagens a partir de sete categorias: (1) *Número do Registro* na nossa base, (2) *Sentido da Fotografia* subdividido em horizontal ou vertical, (3) *Distribuição dos Planos* que está diretamente associada ao objetivo da mensagem na fotografia, (4) *Objeto Central* que figura na fotografia e que qualifica o que está sendo retratado, (5) *Foco* que se relaciona a inteligibilidade visual da imagem e as diferenças que esse elemento causa, (6) *Relação com o Texto* na página ou reportagem em que a imagem está inserida, e (7) *Descrição e Complemento* sobre a imagem.

Essas categorias não são estanques e possuem uma inter-relação e funcionam como uma possibilidade de estudar esses códigos de representação social e, como aponta Mauad (2005, p. 151), seus padrões de comportamento e a historicidade dos elementos dentro de um período mais amplo. Portanto, bem como pontua a autora, um dos objetivos da análise das fotografias é de “refletir sobre a dimensão histórica da imagem fotográfica e as possibilidades efetivas de utilizá-la na composição de certo conhecimento sobre o passado”.

Como apontam Eco (1974) e Leite (1993), a noção de espaço é um elemento fundamental nas análises fotográficas e das imagens de maneira geral. É um conceito-chave para a realização de “leitura das mensagens

visuais por causa da natureza desse tipo de texto” (MAUAD, 2005, p. 150). Como aponta Leite (1993, p. 19),

Chegou-se a conclusão de que a noção de espaço é a que domina as imagens fotográficas explícitas. Não apenas as duas dimensões em que a imagem representa as três dimensões do que comunica. Mas toda captação da mensagem manifesta se dá através de arranjos espaciais. A fotografia é uma redução, um arranjo cultural e ideológico do espaço geográfico num determinado instante.

Na nossa pesquisa, a análise do espaço geográfico e dos elementos culturais que se vinculam a ele é fundamental, sobretudo por esta tese estar inserida no campo da ciência geográfica. Por outro lado, o elemento temporal também figura como central para nós não só pelo próprio recorte da revista *O Cruzeiro*, limitado em algumas décadas do século XX, mas também pela maneira como as fotografias criaram narrativas e imaginários ao longo dessas décadas. Para Leite (1993, p. 19), “o eixo temporal precisa ser construído pelo pesquisador através da formação de sequências cronológicas ou culturais”. Chamamos de álbuns de imagens essas sequências cronológicas e culturais do nosso grupo de imagens da tese, analisados na próxima parte do trabalho.

PARTE II - Um álbum de imagens de um estilo balneário

4. Temas de uma modernidade balneária

Como foi apresentado no capítulo anterior, a análise das imagens é o coração da nossa pesquisa e tem uma atenção fundamental na abordagem da tese. A partir de alguns elementos que foram apresentados e descritos no capítulo três, nosso interesse é entender o que as imagens nos mostram. Como aponta Leite (2019, p. 58), essa pergunta “deriva da ideia de que as imagens são criadas para podermos pensar a partir delas. Não exemplificam nem ilustram um pensamento: elas são o pensamento organizado, que só pode existir e ser apresentado quando inscrito.”

No caso de nossa pesquisa, são imagens veiculadas pela revista *O Cruzeiro* entre os anos de 1928 e 1982 e que tinham como temática as praias do Rio de Janeiro. Obviamente nosso trabalho não é o primeiro a se debruçar sobre imagens da cidade, tampouco sobre as imagens das praias no Rio de Janeiro. No entanto, o caráter inovador da pesquisa está justamente na construção de um imaginário balneário da cidade a partir das fotografias da revista, que são analisadas em séries, compondo nosso álbum de imagens.

Destacamos de antemão que as imagens levantadas e as utilizadas na tese não são analisadas e entendidas como algo à parte de outras imagens presentes na revista, ou do próprio texto da reportagem ao qual está inserida. Essas imagens são compreendidas como um conjunto de imagens ou *álbum de imagens*, como preferimos chamar. Por isso, algumas análises nos capítulos que seguem, trazem também alguns elementos do texto relacionados com a fotografia. Seria pouco inteligente desconsiderar os textos, sejam eles títulos, subtítulos ou mesmo a íntegra das reportagens e crônicas que ajudam a formar essa composição nas páginas da revista.

Como mencionamos no capítulo 2, no século XX, as revistas ilustradas tinham uma grande importância social, principalmente na formação dos valores sociais. Elas auxiliaram na criação de uma coesão interna de um grupo em ascensão (Mauad, 2005, p. 153), a burguesia brasileira e, mais especificamente, a do então Distrito Federal. A autora afirma que as revistas ilustravam “comportamentos tidos como necessários para se tornar um bom

cidadão, atuando como modelos a serem copiados e exemplos a serem seguidos” pelo restante da sociedade.

É unanimidade entre os autores que trabalharam com a imprensa e com as revistas ilustradas brasileiras a referência a *O Cruzeiro* como um marco na história das publicações ilustradas no Brasil (SODRÉ, 1977; NETTO, 1998; MAUAD, 2005; SERPA, 2006). Um primeiro elemento que dá a *O Cruzeiro* esse referencial seria a introdução de uma linha editorial com uma clara influência norte-americana. E o segundo elemento seria um aumento significativo no uso de fotografias nas páginas da revista quando comparada à sua grande concorrente anterior: *Revista da Semana* (1900).

Por esse aumento significativo do uso de imagens e da maneira como elas eram tratadas na revista, acredita-se que elas ajudaram a construir um verdadeiro mito sobre a verdade imagética, e também a situar as praias do Rio de Janeiro como cartão postal do país. Como apontam Mauad (2005) e Sevecenko (1998):

Na medida em que, por meio de suas crônicas e notas sociais, impunham valores, normas e criavam realidades, *num processo que transformaria a cidade em cenário* e as frações da classe dominante, associadas às agências do Estado e às atividades urbanas, tais como o setor de serviços, comércio e exportação e capital financeiro, em seus atores principais. Assim foram importantes instrumentos, desse grupo social, no empenho de naturalizar suas representações pela imposição de uma determinada forma de ver e reproduzir o mundo, sobre toas as outras possíveis. (Grifos nossos)

No Brasil, no período estudado, esse papel de metrópole-modelo recai sem dúvida sobre o Rio de Janeiro, sede do governo, centro cultural, maior porto, maior cidade e cartão de visita do país, atraindo tanto estrangeiros quanto nacionais. O desenvolvimento dos novos meios de comunicação, telegrafia sem fio, telefone, os meios de transporte movidos a derivados de petróleo, a aviação, a imprensa ilustrada, a indústria fonográfica, o rádio e o cinema intensificarão esse papel da capital da República, tornando-a no eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo, assim como no palco de sua visibilidade e atuação em território brasileiro. (SEVECENKO, 1998, p. 427)

A revista serviu como um veículo das imagens que tinham como cenário a cidade do Rio de Janeiro. Nos subcapítulos a seguir, são apresentados os álbuns de imagens que analisamos, sendo esses três primeiros capítulos de

análise, organizados a partir de temáticas recorrentes que têm como pano de fundo a praia.

4.1 “Cariocas são modernos”: a consolidação de uma modernidade propriamente balneária

Como destacou Castro (2019), a década de 1920 foi a ebulição da modernidade no Brasil. O Rio de Janeiro, capital brasileira naquela época, teve um papel fundamental na construção de um país moderno e no imaginário que se criou sobre isso. Depois de um longo percurso entre personagens, festas, novidades, intrigas e todo reboiço da década de 1920, no fim do livro o autor destaca:

A década de 1920 estava acabando. E até o último ano que lhe cabia já vinha com outra terminação — 1930.

As saias e os vestidos desceram até os pés. Deixou-se de raspar as nuças, e os chapéus *cloche* sumiram. Os palhetas masculinos, onipresentes nos dez anos anteriores, também desapareceram, substituídos pelos chapéus de feltro. *Na areia, os rapazes ficaram nus da cintura para cima e as moças, com as costas de fora.* A música popular, o teatro, a literatura, a imprensa, a caricatura, as artes plásticas, a arquitetura, o futebol, a praia, a ciência, os costumes, nunca mais seriam os mesmos. *O Rio fizera a sua parte — tocara o Brasil para a frente.* (CASTRO, 2019, p. 515)

Ainda no começo da década, a construção do Copacabana Palace, o mais luxuoso hotel do Brasil naquela época, redefiniu algumas dinâmicas socioespaciais em Copacabana, que passou a ser definitivamente o lugar onde os mais elitizados moravam e se hospedavam. Foi nesse período também que Copacabana se definiu como o bairro favorito das classes mais altas e a praia atlântica era o elemento mais importante dessa centralidade.

Foi também nesse período que surgiram os clubes sociais nas orlas das praias. Esses clubes promoviam festas e eventos como uma forma de sociabilidade e de usufruto da vida à beira-mar. Com frequência se realizava a Festa da Sombrinha e a Festa das Ventarolas, ambas à beira-mar. Por isso também uma atenção especial foi dada a esses objetos associados à praia e aos hábitos praianos. Como aponta O'Donnell (2013, p. 134 e 135), “a

sociabilidade da aristocracia *cilense* se exercitava preferencialmente em três ambientes: a igreja, a praia e os clubes sociais”.

Os clubes praianos despontaram nos anos de 1920, a mesma década do lançamento da revista *O Cruzeiro* e eram importantes agregadores das famílias locais. O mais famoso deles foi o Praia Club, localizado no posto 4 de Copacabana e inaugurado em 1927, um ano antes de *O Cruzeiro* começar a circular pelo país. Como aponta O'Donnell (2013, p. 140),

Embora a composição dos clubes fosse predominantemente jovem, sua criação e organização cabiam às famílias. Com uma identidade fortemente ligada ao mundo praiano, tais clubes zelavam pelo conforto de seus sócios instalando amplas barracas nas areias de Copacabana, mesmo fora da “estação balneária”. Atuavam também na organização de atividades esportivas (apesar de não participarem de competições oficiais) e, acima de tudo, promoviam festas e eventos [...] numa incorporação do temerário tropical que permeava a identidade praiana do copacabanense.

A figura 16²⁰, Série – Os clubes praianos, mostra alguns recortes dessas festas produzidas pelos clubes e que eram recorrentemente publicadas nas páginas de *O Cruzeiro* na primeira metade do século XX. Os clubes foram tema da revista em quase todos os números publicados nos primeiros anos. A série conta com quatro fotografias, todas horizontalizadas. As fotografias A e C são de uma mesma reportagem, *A festa das sombrinhas*, publicada em um dos primeiros números da revista, no dia 1º de dezembro de 1928. A reportagem não está assinada por nenhum autor, assim como as fotografias (todas em plano geral). As fotografias foram tiradas no dia do concurso, em frente à banca de jurados e nelas figuram as mulheres concorrentes do evento promovido pelo Praia Club de Copacabana. Todas as mulheres seguram suas sombrinhas, um pequeno guarda-sol usado pelas moças da época.

Esses eventos ilustravam os comportamentos e a sociabilidade da aristocracia carioca nesse começo de século, especialmente em Copacabana. A publicação de fotografias do evento era a espetacularização dessa

²⁰ Ocorrências no levantamento: A: T01.0011, B: T01.0007, C: T01.0011 e D: T01.0028.

sociabilidade. Aos domingos, depois dos rituais católicos, “dava-se um verdadeiro *rendez-vous* entre as famílias *cilenses*, conforme atestam alguns dos abundantes registros fotográficos publicados no Beira-Mar” (O’Donnell, 2013, p. 135).

A fotografia B retrata uma outra festa das sombrinhas, também realizada no Praia Club. A imagem, em plano geral, retrata a extensão de areia em frente ao Praia Club. Nela estão homens e mulheres, em sua maioria embaixo de uma grande tenda com a inscrição “Praia Club”. É interessante destacar que possivelmente os banhistas que podiam usufruir dessa tenda eram aqueles associados do clube praiano. Essa prática era, de alguma forma, certa privatização das areias da praia. Podia estar ali e usufruir daquele espaço em frente ao club e sob as tendas quem de fato era parte integrante do grupo. A legenda da fotografia afirma: “A praia de Copacabana em frente ao Praia Club, no último domingo. Armada à direita, vê-se a grande tenda do Club, repleta de associados e suas famílias” (O Cruzeiro, 24/11/1928, p. 7). O texto que acompanha a fotografia apresenta:

Empório da navegação e do commercio, o Rio de Janeiro é, também, a cidade esplendida das praias. Os banhos de mar, que antigamente se abrigavam na bahia, nas pequenas praias interiores de Santa Luzia e do Passeio Público, foram-se progressivamente deslocando até atingir os vastos ares de Copacabana, do Leblon e de Ipanema. E foi só então que, tendo invadido o palco condigno à sua expansão, o banho de mar se tornou uma escola de eugenia, e um espetáculo de alegria e de beleza.

O sport, a praia, e a dansa são, de certo, os maiores factores do aperfeiçoamento physico em sua moderna concepção de esbelteza e de graça.

Quem conheceu os velhos balneários da Guanabara e assiste, hoje, aos animados espetáculos matinaes e vesperaes de Copacabana, tem a impressão de que uma outra raça surgiu, com o culto da saúde e da alegria. A evolução, porém, não se produziu sem hesitações, e de certo não se tirou ainda todo o partido desses grandes recreios ao ar livre, desses admiráveis sanatórios criados pela Natureza. A vida das nossas praias não atingiu ainda o auge do esplendor. Copacabana, Ipanema e Leblon parecem destinadas a representar no litoral atlântico da América do Sul o papel que Ostende, Biarritz, Deauville, o Lido, Miami, representam na Europa e nos Estados-Unidos.

O Praia Club fundou-se como ógão dessa aspiração de progresso, e pode-se já atribuir à sua ação o inicio da vida da praia, do alegre e saudável acampamento na areia.

A exemplo do que foi feito, com tanto brilho, o anno passado, a directoria do Praia Club realizará novamente este anno a Festa das Sombrinhas. Assim, amanhã, 25 do corrente, a praia de Copacabana

assistirá a um desfile de artísticas sombrinhas, empunhadas por gentis senhorinhas, que concorrerão aos prêmios valiosos que vão ser distribuídos às primeiras classificadas nas três categorias: luxo, arte e originalidade. [...]

Attendendo a pedidos de moradores de bairros afastados de Copacabana, a directoria do Praia Club aceitará inscrições, ainda mesmo de pessoas estranhas ao Club, até ao momento da realização da festa. (O Cruzeiro, 24/11/1928, p. 7)

As mulheres, ainda cobertas e usando os pijamas de praia²¹, não são objeto central das fotografias. O fotógrafo está mais interessado na sociabilidade das areias da praia, que acontecem em frente ao clube. De acordo com O'Donnell (2013, p.137), a sociabilidade praiana acontecia de duas maneiras: “pelo *footing* na Avenida Atlântica, que dava continuidade a uma prática inaugurada ainda na década de 1900 pelos primeiros ‘aristocratas’ locais” e, também pela permanência nas areias da praia, principalmente Copacabana. Já nessa época começou a existir o comércio de barracas de praia, por iniciativa do Sr. Luiz Torre, “proprietário da Empresa Balneária que explora as barracas para banho em Copacabana, seriam implantados bancos de dez em dez metros na Avenida Atlântica.” Esse é um grande indício da popularização da sociabilidade na beira-mar.

²¹ Era comum que se usassem os chamados “pijamas de praia” no começo do século XX. Aos poucos eles foram sendo substituídos e chamados de “saídas de praia”

Figura 19: Série – os clubes praianos



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

As figuras a seguir 17, 18 e 19 falam sobre os mesmos elementos que apareceram repetidamente nas páginas de *O Cruzeiro*, principalmente até a década de 1960. A coluna de Garotas, assinada por Alceu Pena, por exemplo, foi semanalmente publicada por ininterruptos 26 anos (entre 1938 e 1964). Como observaremos nas páginas seguintes, essas imagens não são exatamente fotografias, mas sim ilustrações que na época ficaram bastante famosas e faziam parte de todos os números da revista. O uso dessas ilustrações foi, de fato, um marco revolucionário na trajetória de *O Cruzeiro*.

É significativamente provável que a ilustração sejam o gênero imagético com a qual mais mantemos contato cotidianamente. Ela permeou e continua a permear a vida de homens e mulheres desde um longínquo tempo. Ela se interpenetra aos livros, às revistas, aos jornais e nossas às nossas modernas “telas de vidro”. (QUEIROZ CAMPOS, 2017, p. 169)

No corpo editorial, brilharam os mais nobres nomes da ilustração brasileira no século XX, dentre eles Péricles Magalhães, Alceu Penna e J. Carlos. As ilustrações tinham uma grande importância para a estética de suas publicações.

Aproximadamente 30% das páginas de *O Cruzeiro* referiam-se ao imaginário da mulher, que não compunha apenas um, mas vários perfis femininos. As imagens de mulher, bem como um direcionamento ao público feminino, consistiam numa das marcas da revista. Em 47 anos de circulação, o periódico constava em seu sumário com um sem-número de colunas voltadas para a mulher, a exemplo da coluna Da mulher para a mulher e Elegância e Beleza.

Como afirma Queiroz Campos (2017), embora a coluna de Alceu Pena tenha circulado nas chamadas seções de humor da revista, elas não são exatamente cômicas. As ilustrações estão no campo imagético das *pin-ups*. Essas imagens, importada da França e da Alemanha para os Estados Unidos e depois para o Brasil, são representadas por figuras de mulheres novas, sensuais e simpáticas. “A *pin-up* é uma menina simples, saudável, com o rosto quase infantil. Biquinho sedutor, grandes olhos arregalados, sex-appeal quase sem querer, poses sugestivas sem cair no deboche: a *pin-up* é sexy, mas casta” (FAVRE, 2012, p.240). É uma representação idealizada e padronizada da

mulher, com marcas corporais específicas, como a “cintura fina, seios arredondados, longas pernas, bumbum empinado” e que “transformaram-se num ícone do desenvolvimentismo norte-americano no século XX, época em que brilharam nas páginas de revistas estadunidenses” (QUEIROZ CAMPOS, 2017, p. 175 e 176).

As Garotas de Alceu foram claramente inspiradas nas publicações estadunidenses. Como aponta Netto, “Estávamos ainda no início dos anos 30 e eu, encantado com as figuras femininas de *The Saturday Evening Post*, chamadas *Gibson Girls*, fui certo dia procurá-lo [...]. Sugerir que ele fizesse alguma coisa semelhante” (1998, p. 125). Assim, as Garotas de Alceu Penna se transformaram em uma coluna fixa da revista. Essa coluna consistia na articulação entre desenhos e textos que tinham como objetivo narrar conversas sobre assuntos variados entre as mocinhas. Os versos davam voz às bonecas.

Muitas dessas ilustrações foram feitas em momentos que representavam a sociabilidade nas areias das praias cariocas. Como aponta Netto (1998), em pouco tempo a coluna se popularizou e serviu como um guia que ditava as modas e os hábitos da juventude feminina daquela época. Elas representavam as jovens mulheres urbanas e de classe média, com todos os seus costumes e aparatos. Essas *pin-ups* estavam nos lugares onde a sociabilidade urbana acontecia, inclusive nas praias. Esse guia não se restringiu ao Rio de Janeiro, mas foi explorado, copiado ou almejado em todos os cantos do Brasil.

Aquelas grandes cidades brasileiras tiveram seus espaços de sociabilidades ressignificados e transformados. O esporte, o lazer, o turismo possibilitaram aos jovens um maior contato com o sexo oposto e com ele a maior prática do flerte. No Brasil um processo de urbanização e industrialização das grandes cidades acaba por produzir uma sensação de modernidade instaurada, ali, principalmente em meados do século XX. (QUEIROZ CAMPOS, 2017, p. 178)

A praia figurou como um cenário urbano fundamental nessas narrativas criadas por Alceu Penna. Todas as ilustrações das figuras 17²², 18²³ e 19²⁴ possuem elementos semelhantes e que insistiram em representar a praia como um lugar central nessas novas relações sociais que estavam sendo construídas. Esses são alguns exemplos do nosso acervo, dentre muitas outras ilustrações, que a praia serviu como cenário nas páginas de *O Cruzeiro*.

São poucas as páginas que dedicam espaço à figura masculina, embora seja possível identificar alguns homens ilustrados nas colunas apresentadas. A maioria das imagens traz uma série de bonecas desenhadas com bastante sensualidade, geralmente vestidas com trajes de banho de mar: pijamas, maiôs e, depois, os polêmicos biquínis. O cenário das imagens em questão é a praia carioca, as litorâneas da Zona Sul da cidade. É dada a

[...] visualidade aquela nova sociabilidade urbana moderna propagada pelas páginas da revista *O Cruzeiro*. A imagem destaca um dos cenários primordiais das personagens da coluna: uma das praias do Rio de Janeiro. Ao longo da trajetória das Garotas do Alceu o Rio de Janeiro deixou de ser a capital da República brasileira – perdendo o posto para a cidade de Brasília – e o centro econômico do país – posto que passou a ser ocupado pela cidade de São Paulo. Mas, a Cidade Maravilhosa das Garotas do Alceu não deixou de ser a capital cultural do Brasil. (QUEIROZ CAMPOS, 2017, p. 178)

Podemos afirmar que as ilustrações de Alceu Penna contribuíram para essa percepção do Rio de Janeiro como capital cultural do Brasil e difusor de modas e comportamentos, inclusive balneários. A cidade era, nas páginas da revista, o lugar das mais belas jovens mulheres do país. E dentre todos os espaços da cidade, a praia era um lugar de referência.

Como afirma Sevecenko (1999, p. 428):

²² Ocorrências no levantamento: A: T01.0182, T01.0183, B: T001.332, C: T01.0214, D: T01.0120, E: T01.0269, F: T01.0283, T01.0284.

²³ Ocorrências no levantamento: A: T01.0377, B: T01.0373, C: T01.0374, D: T01.0370.

²⁴ Ocorrências no levantamento: A: T01.0690, B: T01.0545, C: T01.0462, D: T01.0671, E: T01.0483, F: T01.0452, G: T01.0578, H: T01.0474, I: T01.0438, J: T01.0551.

O Rio passa a ditar não só as novas modas e comportamentos, mas acima de tudo os sistemas de valores, o modo de vida, a sensibilidade, o estado de espírito e as disposições pulsionais que articulam a modernidade como uma experiência existencial e íntima. É nesse momento e graças a essa atuação que o Rio se torna, como o formulou Gilberto Freyre, numa cidade “pan-brasileira”.

É importante destacar que essa visão do Rio de Janeiro como uma cidade “pan-brasileira”²⁵ foi, de fato, uma construção. Da mesma forma que o Rio de Janeiro não tinha uma vocação essencialmente balneária, a cidade como vitrine do Brasil e representação de um todo nacional, principalmente aos olhos estrangeiros, não era também uma vocação propriamente, e sim uma construção intencional. Como veremos mais à frente, essa centralidade da cidade teve uma grande influência do princípio da capitalidade, principalmente na primeira metade do século XX, quando o movimento da necessidade de uma modernidade brasileira, fez surgir uma gama de novos hábitos citadinos.

Voltando à coluna de Alceu Penna e às ilustrações das *pin-ups*, acreditamos que as repetidas imagens ao longo de mais de duas décadas, não serviram apenas como suporte visual ao conteúdo da revista. As imagens transmitiram um modelo de relações, diálogos, situações e enquadramentos possíveis ao contexto da praia. Tal modelo não foi propriamente inaugurado pelo editorial da revista. Como vimos, ele teve como ponto de partida, referências estrangeiras. E dada sua circulação e a conceituação do Rio de Janeiro como vitrine nacional, esse “guia de modos” não se restringiu às fronteiras cariocas. Esteve difundido, oferecido como parâmetro, a todo Brasil.

²⁵ O prefixo “pan”, do grego, todos, ou totalidade, exprime essa noção de universalidade. No caso do termo “pan-brasileira”, cunhado por Gilberto Freyre, é como se a cidade do Rio de Janeiro fosse capaz de representar a totalidade do que é o Brasil, nos costumes, modas, comportamentos etc.

Figura 20: As pin-ups de Alceu Penna I



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

Figura 21: As pin-ups de Alceu Penna II



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

Figura 22: As pin-ups de Alceu Penna III



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

A Figura 20²⁶, intitulada Série – Carros, praia e modernidade, mostra três imagens diferentes, com propagandas de automóveis, em períodos diferentes. Todas as fotografias estão verticalizadas e ocupavam uma página inteira da revista. Essas mesmas propagandas foram repetidamente publicadas em diversos números de *O Cruzeiro*. A primeira imagem, fotografia A, ilustra uma mulher vestindo trajes de banho de mar, em pé sobre um automóvel Chrysler. Tanto a mulher quanto o veículo estão centralizados na fotografia, em plano geral. No plano de fundo, podemos ver a calçada, o mar e, no canto direito da fotografia, um posto de salvamento da época. Algumas pessoas observam o carro e a mulher que está sobre ele. A propaganda foi veiculada pela primeira vez em 15 de novembro de 1928 (página 12), no sexto número da revista, ainda no primeiro ano de publicação. O título da propaganda é: Um Chrysler na praia de Copacabana, escrito em letras garrafais na parte superior da fotografia.

É interessante que, diversas vezes essa relação entre a modernidade, o balneário e os automóveis foi feita durante a publicação da revista. Quer fosse ilustrando o carro como um objeto presente nas avenidas que contornam o litoral carioca, ou, como no caso das imagens trazidas, como o elemento central da publicação. E, muito embora a primeira mulher a tirar a Carteira Nacional de Habilitação no Brasil, ou seja, ter oficialmente a permissão para dirigir um automóvel, tivesse ocorrido apenas em 1933, a imagem de 1928 traz uma relação direta entre a mulher e o veículo.

A segunda imagem é também uma propaganda automotiva publicada na revista em 22 de julho de 1961. É uma mistura de ilustração com fotografia e está acompanhada pela legenda “Passear confortavelmente... levar as crianças ao campo ou à praia... descansar... divertir-se. Seu Aero-Willys – forte, veloz, eficiente – assegura a plenitude dos seus dias de férias” (O CRUZEIRO, 22/07/1961, p. 2). Na imagem, podemos observar o que parece ser uma família em um dia de lazer na praia. O veículo está com as duas portas do lado esquerdo abertas. No banco do motorista e parcialmente com o corpo

²⁶ Ocorrências no levantamento: A: T01.0017, B: T01.0742, C: T01.0115.

projetado para fora, está a mulher. Atrás dela, no banco traseiro, duas crianças podem ser vistas: a primeira também parcialmente encostada no banco, mas com as pernas para fora, e a segunda debruçada no encosto do banco traseiro, dentro do veículo. Em frente ao porta-malas, em pé, está um homem. O homem está segurando uma cadeira de praia e com os braços apoiados no porta-malas aberto, recheado de malas de viagem, com a provável intenção de mostrar como o compartimento do veículo é espaçoso. Todos na fotografia usam trajes e itens de banho de mar. Em frente ao veículo, fora dessa estrutura familiar que está aparentemente chegando à praia, podemos ver também um homem caminhando e vestindo trajes comuns dos salva-vidas.

Essa fotografia, como apontamos anteriormente, não foi tirada em uma praia específica, nem representa uma praia específica do Rio de Janeiro. O fundo é uma ilustração, com cores e formas que representam o mar, o sol, o céu e a vegetação litorânea.

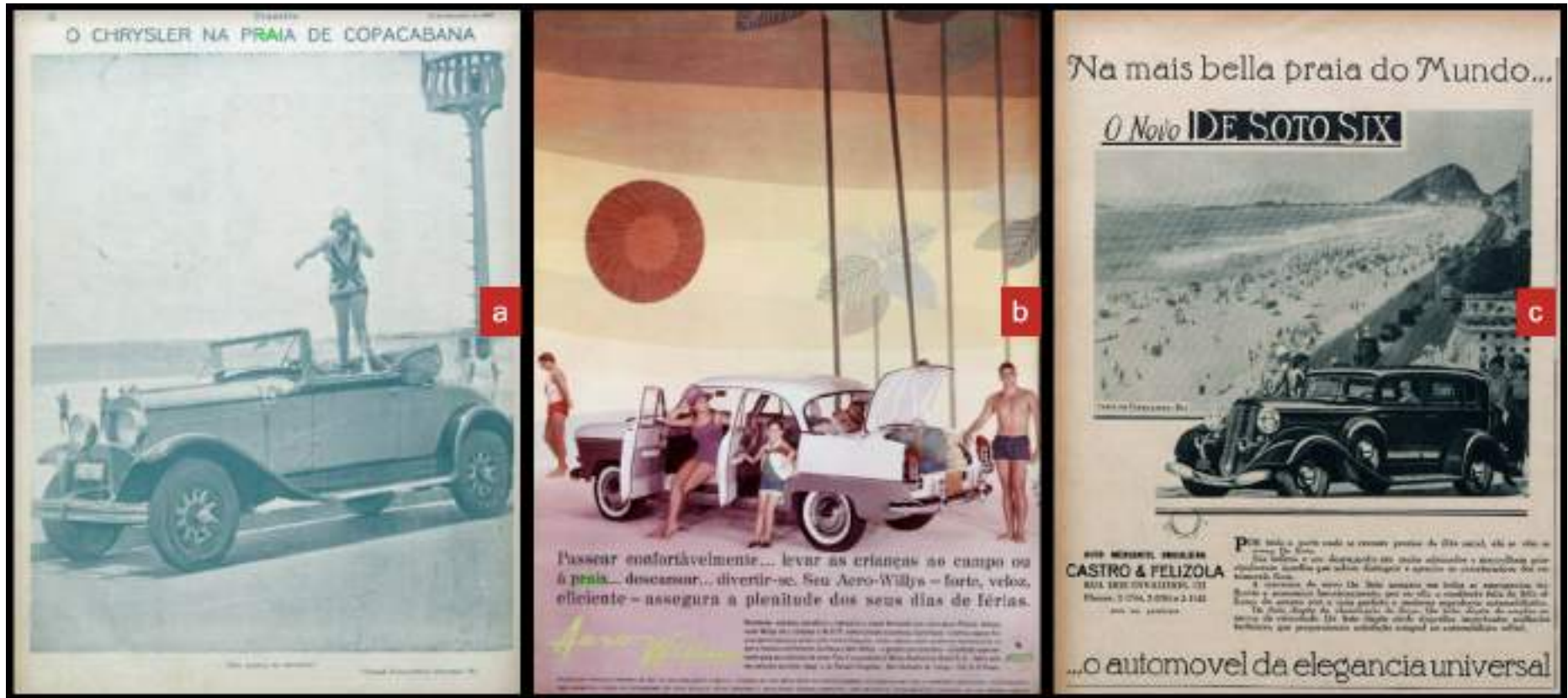
A terceira e última imagem da série também é uma propaganda automotiva, publicada em 9 de setembro de 1933 (página 74). A imagem é acompanhada pelo título “Na mais bella praia do Mundo... O novo De Soto Six. O automóvel da elegância universal”. Assim como a anterior, a imagem é uma montagem com uma fotografia em visão de pássaro da praia de Copacabana – como podemos ver na legenda –, e uma ilustração do automóvel com pessoas ao seu redor. A fotografia é acompanhada da descrição: “Por toda a parte onde se reúnem pessoas da elite social, ali se vêem os novos De Soto” (O CRUZEIRO, 09/09/1933, p. 74).

São muitos os elementos, objetos e textos que relacionavam as praias com a modernidade, principalmente na primeira década da revista. Nesses primeiros dez anos de *O Cruzeiro* ainda havia uma necessidade de se construir e instaurar os balneários cariocas como um espaço relacionado a essa tal modernidade. Esse apelo ao moderno, independente da maneira como ele estava sendo feito, foi repetidamente trazido nas páginas de *O Cruzeiro*. Em textos e, principalmente, em imagens. Nas séries selecionadas para serem apresentadas nesse subcapítulo, trouxemos apenas alguns elementos dos muitos que poderiam ser escolhidos.

Justificamos a escolha dessas imagens e desses elementos a partir de dois argumentos: o primeiro deles foi a repetição das imagens, todas esteticamente muito próximas (como a coluna das Garotas de Alceu), e da publicação em muitos números das propagandas dos automóveis. O segundo motivo que nos motivou a escolher as imagens da primeira série apresentada aqui foi a centralidade desses lugares, eventos e hábitos vinculados ao moderno – no caso dos clubes praianos, das sombrinhas e dos concursos. Na primeira década da revista também encontramos repetidas vezes menções aos clubes praianos, principalmente ao Praia Club de Copacabana, e aos eventos realizados nesses lugares.

Esses espaços não eram apenas vinculados ao estilo de vida moderno. Mas essa modernidade estava sendo representada pelas classes sociais mais altas, pelas elites que residiam nos bairros de Copacabana, Ipanema e, mais tarde, Leblon. Até os dias atuais, como apresentou O'Donnell (2013, p. 11) no texto introdutório do seu livro, existe uma forte relação entre o lugar de onde você vem e certos “padrões de civilidade”. Esses padrões indicam quem pertence àquele lugar e quem está fora dele. E esse vínculo, como apresentamos aqui, começou a ser costurado desde o começo do século XX. Essa sutileza de detalhes, veiculados pela revista *O Cruzeiro*, ajudou também a consolidar essa cartografia simbólica da Zona Sul do Rio de Janeiro.

Figura 23: Série – carros, praia e modernidade



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

4.2 “Cariocas são dourados”: o bronzearamento como um elemento fundamental da sociabilidade praiana

Como vimos no primeiro capítulo da tese, nas primeiras décadas do século XX, o motivo principal pelo qual as pessoas frequentavam as praias era o banho de mar. Nas praias cariocas, isso não foi diferente. Até 1917, foram inaugurados pela prefeitura os primeiros seis Postos de Salvamento da cidade do Rio de Janeiro, todos localizados em Copacabana. Independente da finalidade do banho de mar, eles eram tomados pela manhã, logo cedo e ao final da tarde. Os horários permitidos pela prefeitura para os banhos de eram os mesmos horários de funcionamento dos postos de salvamento.

Nesse período, o costume do banho de mar ainda não estava atrelado ao bronzearamento da pele. Como mencionamos no começo da tese, até as primeiras décadas do século XX, havia um preconceito explícito associado à cor da pele e, por isso, o bronzearamento era evitado. Como aponta Donadio (2011), as peles morena e negra eram associadas ao trabalho braçal e, conseqüentemente, às classes mais baixas da população. O padrão estético da época, atrelado claramente ao nível social, ainda era o da pele branca. Por esse motivo também as mulheres tinham o hábito de usar pó de arroz no rosto e cobriam-se com luvas e chapéus. Esses hábitos eram importados dos países europeus, embora fosse completamente desconsiderada a diferença climática entre esses lugares.

Essas relações entre a exposição solar e o bronzearamento estavam em xeque já na década de 1920, quando a popularização das atividades esportivas nas areias das praias mudaria completamente a dinâmica e, também, as paisagens das praias cariocas. De acordo com Donadio (2011, p.4), a medicina teve, novamente, uma grande influência no comportamento das pessoas em relação à exposição solar: “defensora dessa atitude, a medicina descobriria, a partir dos estudos em radiologia, a importância dos Raios UV no metabolismo da vitamina D”. Nesse cenário, a exibição de corpos saudáveis, jovens e dentro dos padrões estéticos daquela época acabou se fortalecendo.

A partir da década de 1920, o bronzeamento deixou de ser uma curiosa prática científica e medicinal e passou a ser apresentada como uma novidade e como um desejo de consumo. “A adoção da moda do banho de sol ocorreu rapidamente, com a velocidade exibida pelo espírito modernista do século do cinema e do automóvel. A praia ganhou um novo interesse.” (DONADIO, 2011, p. 5)

Houve uma grande influência dos hábitos europeus, principalmente franceses, nesse período. Personalidades francesas chegavam à Paris queimadas de sol, depois de uma temporada de verão na Riviera. Mas havia uma grande diferença na incorporação dessas influências europeias. Em geral, as pessoas iam em busca do bronzeamento apenas durante o período de veraneio. Os países europeus tinham construído suas metrópoles afastadas do litoral, distantes das praias onde seus habitantes poderiam ir para se bronzearem. O caso brasileiro era completamente diferente. O litoral tinha sido amplamente ocupado desde o período colonial. A capital brasileira naquela época, o Rio de Janeiro, era uma cidade litorânea. Dessa maneira, a relação entre o bronzeamento e o veraneio não fazia sentido. O bronzeamento e a praia faziam parte do dia a dia dos moradores residentes na capital que era a vitrine nacional e internacional do Brasil. O impacto da inovação foi bem maior.

O advento dos banhos de sol colheu Copacabana no princípio de sua ascensão como lugar da moda. A praia oceânica tinha uma grande vantagem sobre as praias do Flamengo e do centro da cidade. Em contraste com estas, estreitas e exíguas, Copacabana apresentava uma generosa faixa de areia, de cerca de quatro mil e duzentos metros de extensão. Era perfeita para o novo programa balneário, que consistia em permanecer na praia, independentemente do mergulho no mar. Logo Copacabana se tornou o território por excelência dos banhos de sol no Rio de Janeiro. Com a adoção do novo hábito solar, os banhistas conquistaram preciosas horas diurnas para aproveitar a praia. Em 1927, o horário de serviço de salvamento se estendia até as 11 da manhã e ainda assim não dava conta da crescente população que demandava os banhos. No rastro dessa inflexão, ganharam importância os divertimentos sobre as areias, especialmente os jogos esportivos. Por esse ano, já se praticavam em Copacabana o “foot-ball”, o “voley-ball” e a peteca. (DONADIO, 2011, p. 6)

Essa nova moda de se expor ao sol durante um determinado período com a finalidade de bronzear o corpo, rapidamente fez com que as areias das praias cariocas, principalmente as atlânticas, fossem ocupadas cada vez mais. Nesse cenário, como explicou o autor, diversos esportes foram surgindo, em uma tentativa de não só ocupar o tempo de permanência na praia, mas também de estar alinhado aos padrões de saúde e estética daquela época. Ser jovem, de porte atlético e bronzeado, tinha um grande valor social. E esse valor estava intimamente ligado às praias cariocas.

Essa valorização do bronzeamento não tardou em aparecer nas páginas da revista *O Cruzeiro*. Esse foi, inclusive, um dos elementos que mais repetidamente apareceram nas ocorrências da revista. Para compor o nosso acervo, como já foi explicado, foram selecionadas imagens que não se repetiam. Algumas poucas imagens, que apareciam em quase todas as edições, optamos por incluir no levantamento mais de uma vez (como no caso das imagens E e F da Figura 21).

Na Figura 21²⁷, Série – Propagandas, podemos ver oito propagandas que foram repetidamente publicadas, principalmente nas primeiras décadas da revista. A imagem A apresenta o produto Rugol, e a propaganda é ilustrada por uma mulher com roupa de banho, sentada em um cenário que parece ser uma praia. A mulher está sorrindo e posando para a fotografia. Sobre ela, o título: “um corpo maravilhoso em pleno sol!”. Também acompanha o seguinte texto:

Rugol preserva a cútis mais delicada. Os banhos de sol precisam ser tomados com precaução. Antes de se expor ao sol, na praia ou no club, tenha o cuidado de fazer uma leve massagem com o Creme Rugol em todas as partes descobertas do seu corpo. Rugol preserva a cútis das queimaduras solares. (O CRUZEIRO, 08/04/1939, p.63)

A propaganda foi publicada em 8 de abril de 1939 e ocupava uma grande parte superior da folha da revista, colocando a propaganda em

²⁷ Ocorrências no levantamento: A: T01.0231, B: T01.0136, C: T01.0240, D: T01.0056, E: T01.0065, F: T01.0041, G: T01.0278, H: T01.0294.

destaque. Por diversas vezes essa mesma propaganda apareceu nas páginas de *O Cruzeiro*, exatamente com a mesma imagem e o mesmo destaque.

As figuras B e G da série são propagandas de um produto famoso e usado até os dias atuais: o Leite de Colônia. Ambas são compostas por ilustrações de mulheres na praia. A imagem B ilustra três mulheres na praia: uma sentada, uma em pé e outra deitada na praia. A imagem é acompanhada pelo texto: “A cútis nada sofrerá com os prazeres da praia. Faça sem receio seu banho de mar e de sol” (*O CRUZEIRO*, 20/01/1934, p.36). A imagem G, também uma propaganda do Leite de Colônia, é de 08 de fevereiro de 1941, e foi publicada na página 26 da revista. Nessa imagem também vemos a ilustração de uma mulher ao centro e, ao fundo, o mar. O texto da imagem esclarece: “Nas praias, quando a maquilagem desaparece, os defeitos da pelle aparecem.” E explica:

A Sra. Pode usar maquilagem para dar mais realce à beleza de seu rosto. Não peça, porém, o impossível. A maquilagem apenas disfarça; não remove e nem corrige os defeitos da pelle. Si a Sra. Quer evitar sardas, manchas e borbulhas use Leite de Colônia. Seu rosto se conservará sempre moço e avelludado. (*O CRUZEIRO*, 08/02/1941, p. 26)

As imagens C, D, E e F são todas de propagandas de roupas para a praia. A primeira delas é uma propaganda da Luvaria e Galerias Gomes, localizada no Centro da cidade e que comercializava maiôs. Na imagem, uma mulher posa para a fotografia vestindo um maiô decotado, não há plano de fundo, apenas a mulher e a descrição da loja. A imagem acompanha o texto:

Maillots que têm que... O verão se aproxima, com seus dias cheios de sol e suas praias repletas de pequenas bonitas. Antecedendo o verão, as Galerias Gomes vêm de receber um stock completo de maillots, sapatos de rafia e de borracha e artigos para a praia, em geral, segundo os últimos figurinos para a alegre estação que se inicia. Faça uma visita às Galerias Gomes e escolha um maillot que tenha “que” – o tropicalíssimo “it” brasileiro... (*O CRUZEIRO*, 09/09/1939, p. 60)

Há certo destaque para um “que” da mulher brasileira, tropical, sensual e que, mais uma vez, é elemento central das praias cariocas e da moda-praia.

Da mesma forma, as imagens D, E e F, discursam sobre a moda-praia e o corpo feminino. Ambas as imagens são propagandas da marca Jantzen e são ilustrações. As imagens E e F são idênticas e foram publicadas inúmeras vezes ao longo dos anos da revista. A imagem D ilustra a mesma personagem que representa a marca, que faz uma referência direta aos balneários franceses. O título informa “As elites das praias de Deauville acharam o segredo da boa aparência nos trajes Jantzen”. E continua com o texto:

Na brilhante praia de Deauville, onde desfilam os expoentes da moda, os trajes de natação Jantzen imperam como os grandes favoritos... Jantzen é o traje de natação que revela as linhas esbeltas e graciosas de um corpo. É de cor vistosa, detalhe distinto e cuidadosamente confeccionado de pura lã, pelo processo de tecelagem exclusivo de Jantzen, que faz realçar a elegância de quem veste. Acompanhe a preferência das banhistas das praias mais famosas do mundo. Jantzen aumenta a boa aparência do seu porte e facilita os movimentos. (O CRUZEIRO, 28/11/1931, p. 37).

Na imagem temos duas ilustrações: a da personagem principal da marca, em tamanho maior e centralizada. E, no canto esquerdo, outra ilustração menor, na qual podemos ver oito mulheres nas areias da praia, interagindo. Alguns elementos como cadeiras de praia e barracas de praia podem ser identificados nessa segunda ilustração.

As imagens E e F são exatamente iguais: a ilustração de uma mulher sentada no que parece ser um trampolim. Vestindo os trajes de banho, a imagem descreve:

Jantzen... o maillot para elegância... para liberdade de movimentos... Assim como a toilette feminina obedece às imposições do costureiro parisiense, lançadas em Longchamps ou Auteuil, as modas, em maillots, são decretadas, por Jantzen e lançadas nas lindas praias de Flórida e Califórnia. O corte impecável que se ajusta ao corpo, a maciez do tecido, a combinação elegante de cores, fazem com que os trajes Jantzen sejam os modelos usados nas banhistas chics e pelos esportistas que não prescindem de sua inteira liberdade de movimentos. (O CRUZEIRO, 27/12/1930, p.35)

A última imagem da primeira série deste subcapítulo também traz as ilustrações da propaganda de uma famosa marca do século XX: Elizabeth Arden. A propaganda ocupa toda uma folha da revista. Além da ilustração dos produtos da marca, na parte superior podemos ver duas mulheres com trajés de banho em uma espécie de ilha. O título da imagem é: “Preparados para o verão”, e três produtos são descritos ao longo do texto da propaganda.

Figura 24: Série - Propagandas



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

As imagens da figura 22²⁸, Série – Quero ser morena, são de categorias diferentes. A primeira é também uma propaganda. Diferentemente das primeiras imagens apresentadas nesse subcapítulo, essa é uma propaganda sobre um produto específico para ajudar a bronzear a pele. A propaganda foi publicada em 1º de novembro de 1941. O título informa “Goze o banho de sol sem risco de queimaduras” (O CRUZEIRO, 01/11/1941, p. 82). E descreve:

Como método defensivo de Oleo Dagelle para Bronzear, V. S. poderá gozar o saudável prazer dos banhos de sol, sem receiar queimaduras. Oleo Dagelle para bronzear, possui agora um novo ingrediente que filtra 90% dos raios ultra-violetas, que queimam a pele. Antes de ir para a praia, faça uma aplicação de Oleo Dagelle para Bronzear. Compre um vidro hoje mesmo. (O CRUZEIRO, 01/11/1941, p. 82).

Na imagem, que é uma ilustração, vemos um homem e uma mulher. A mulher está em primeiro plano, vestida com um maiô e com as pernas esticadas em frente ao homem, que segura uma bola, fazendo referência às atividades esportivas geralmente realizadas pelos homens nas areias das praias. No plano de fundo, podemos observar o mar e um veleiro. Há também uma ilustração do vidro do produto.

A imagem B é o recorte de uma pequena coluna, cujo título, em letras garrafais, diz: “Quero ser morena!” (O CRUZEIRO, 02/10/1937, p.49). Na coluna são trazidas várias dicas de moda, bronzamento e maneiras de estar nas praias. Embora nenhuma praia possa ser identificada, nosso interesse principal é em demonstrar como houve uma clara e declarada mudança de perspectiva em relação ao bronzamento da pele e aos tons mais morenos da tez, principalmente feminina. Esse apelo passa a ser explícito, como vemos na referida imagem.

Na terceira e última imagem desta série trouxemos um exemplo de uma coluna que foi destaque na revista por muitos anos: Graça, Saúde e Beleza. No nosso levantamento, organizamos vários exemplos dessa mesma coluna,

²⁸ Ocorrências do levantamento: A: T01.0265, B: T01.0194, C: T01.0133

quase sempre referenciando a praia como um lugar em que se encontra – ou se procura – graça, saúde e beleza. Essa especificamente é de 15 de dezembro de 1934 e trata dos banhos de sol. A coluna é assinada por Sylvia Accioly e é composta por fotografias (ao topo) e ilustrações (na parte inferior). A fotografia retrata uma mulher deitada de bruços sobre uma toalha de praia esticada nas areias. A mulher veste um maiô e está tomando um banho de sol. A ilustração no final da página mostra seis figuras femininas, todas vestindo trajes de banho. Dentre elas, apenas duas aparentemente não estão bronzeadas. As outras quatro figuras femininas possuem uma tonalidade morena na ilustração, destacando o elemento que está sendo tratado na coluna: o bronzeamento da pele e a valorização da morena já no começo dos anos 1930. Os desenhos são assinados por Alceu Penna.

O texto da coluna traz informações sobre como se proteger dos raios solares sem que seja necessário abdicar do banho de sol e da pele morena. Também informa sobre alimentação diferenciada para os dias mais quentes. Além disso, o texto faz menção aos outros números em que a mesma coluna tratava do tema do banho de sol e anuncia que, no próximo número de *O Cruzeiro*, o debate sobre o tema será trazido mais uma vez.

Figura 25: Série – Quero ser morena

Gozar o Banho de Sol...
sem risco de queimaduras

Com o método definitivo de Oleo Dagelle para bronzear, V. S. poderá gozar o saudável prazer dos banhos de sol, sem recear queimaduras. Oleo Dagelle para bronzear, possui agora um novo ingrediente que filtra 90% dos raios ultra-violeta, que queimam a pele. Antes de ir para a praia, faça uma aplicação de Oleo Dagelle para bronzear. Compre um vidro hoje mesmo.

Oleo Dagelle
defende a pele dos raios de sol.

QUERO SER MORENA!

Os Banhos de Sol

Sylvia Accetely

a **b** **c**

Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

As imagens abaixo, Série – A valorização das “garotas tostadas” (Figura 23)²⁹, mostram esse momento de entusiasmo com o bronzeamento da pele. Dentre as imagens trazidas, fotografias e ilustrações de propagandas, colunas e reportagens que falavam sobre os benefícios da então moda do começo do século XX: o bronzeamento da pele.

A imagem A é uma fotografia em que estão como elemento central duas mulheres deitadas de bruços sobre uma toalha estendida na areia. Ambas estão com a parte superior do maiô desamarrada, para que as costas, durante o processo de bronzeamento, não ficassem com a marca da roupa. A fotografia faz parte de uma curta reportagem que estimula o bronzeamento, cujo título é “Nós amamos banho de sol” (O CRUZEIRO, 22/08/1931, p. 22). As fotografias, que ilustram duas celebridades estadunidenses da época, não foram tiradas no Brasil e sim na Califórnia. Como apontamos no início desta seção, essa moda do bronzeamento foi importada dos balneários franceses e, mais tarde, estadunidenses. Não era incomum, portanto, que diversas colunas, propagandas ou reportagens mencionassem o quão moderno era o hábito.

A imagem B é uma ilustração do mesmo óleo de bronzeamento da série anterior (O CRUZEIRO, 20/12/1941, p.32). Por diversas vezes essa propaganda esteve em destaque nas páginas de *O Cruzeiro*. Dessa vez, temos duas figuras femininas e uma masculina, que aparentemente travam um diálogo. Em defesa do argumento de que o sol está muito forte, a descrição do produto na propaganda defende que o óleo é capaz de bronzear e proteger a pele dos raios ultravioletas.

Na terceira imagem da série, podemos observar mais uma propaganda, de outro óleo bronzeador. A imagem traz uma ilustração de uma mulher deitada em um momento de banho de sol, vestindo um biquíni. O título da propaganda é: “Bronzeada, bela e atraente” (O CRUZEIRO, 15/12/1945, p.6). A descrição explica que pode gozar “tranquilamente as delícias da praia, mas, proteja a sua pele contra a ação dos raios solares”.

²⁹ Ocorrências no levantamento: A: T01.0076, B: T01.0272, C: T01.0344, D: T01.0345.

A última imagem desta série está destacando o título: “Garotas bem tostadas” (O CRUZEIRO, 14/04/1945, p.45), quase um apelo ao bronzeamento da pele. A ilustração faz parte da coluna de Alceu Penna, que mencionamos na seção anterior. As *pin-ups* de Alceu estavam, na maioria das vezes, nas praias cariocas e, como seguiam um padrão da moda moderna e elitizada, estavam também se bronzeando. Na ilustração, duas mulheres ao centro, com roupas de banho e alguns acessórios usados na praia. O sol aparece também sorrindo, no topo da imagem.

Dois pequenos textos acompanham a ilustração: “Clima quente, rim doente, diz o anúncio conhecido. Mas quando saís para a praia debaixo do sol ardente não é meu rim, não, garôta, quem fica triste e doente”. O outro diz: “Estás bela sob o sol tua carinha queimada e, no entanto, estás fresquinha, estás cocacolizada” (O CRUZEIRO, 14/04/1945, p.45). O termo “cocacolizada”, criado por Alceu Penna, faz referência à Coca-Cola, marca de refrigerantes que havia chegado ao Brasil, importada dos Estados Unidos, menos de três anos antes da reportagem e começava a se popularizar por aqui, inclusive nas praias, como uma bebida agradável de ser tomada.

No subcapítulo anterior, vimos como as imagens da revista sugeriam um apelo ao moderno através dos eventos à beira-mar, propostas de comportamentos e elementos dessa modernidade, como observamos com a associação da praia com o automóvel. Neste subcapítulo sobre bronzeamento, também vimos sugestões de padrões de consumo, desta vez, associadas à cor do corpo. Mais do que uma referência sobre como se portar e se relacionar na praia, as imagens observadas aqui indicam a aparência do que seria considerado saudável e belo, sinalizam um parâmetro ideal sobre “como ser visto” e quais aspectos do corpo seriam objetos de desejo e admiração. Estar bronzeada(o), afinal, marca a presença na praia, dessa vez, através da exposição ao sol imprimindo efetivamente um efeito no corpo. Com o subcapítulo a seguir, fechamos esta seção de temáticas que evidenciam, dentre outros aspectos, um imaginário balneário vanguardista (por suas práticas modernas), gracioso (por seus parâmetros de bronzeamento traduzindo saúde e beleza) e crítico (por sua atenção às fragilidades do espaço, como veremos a seguir).

Figura 26: Série – A valorização das “garotas bem tostadas”

a **O Banho de Sol**
 Uma garota e um rapazinho estão deitados no sol, numa praia de praia, a tomar sol. O rapazinho está deitado de costas, a olhar para a garota. Ela está deitada de lado, a olhar para o rapazinho. Ambos estão a tomar sol numa praia de praia.

b *"Não podemos demorar..."*
 O sol está muito forte!
 Protegendo a pele com Olio Dage para Banho de Sol, evita-se os efeitos nocivos do sol e a pele fica sempre mais bonita. Olio Dage para Banho de Sol é um produto muito agradável e de fácil aplicação. Olio Dage para Banho de Sol é um produto muito agradável e de fácil aplicação. Olio Dage para Banho de Sol é um produto muito agradável e de fácil aplicação.

c **BRONZEADA BELA E ATRAENTE**
 Goze tranquilamente as delícias do praia, mas, proteja a sua pele contra a ação dos raios solares.
URUCÔCO
 ANTES DO BANHO DE MAR

d **GAROTAS Bem Tostadas**
 Estas garotas, tão bonitas, tão saudáveis, tão alegres, são as que gostam de tomar sol. Elas sabem que o sol é bom para elas e que elas gostam do sol. Elas sabem que o sol é bom para elas e que elas gostam do sol.

Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

4.3 “Cariocas são atentos”: visibilidade dos problemas das praias cariocas

A partir do século XX, foi dada grande relevância para a região litorânea da cidade. As políticas públicas voltadas para a urbanização, remodelação e embelezamento desta região começaram a ganhar espaço no debate público e visibilidade nos principais meios de comunicação da época. Como aponta Andreatta (2009, p.2):

Sua permanente construção significa não apenas uma atuação protetora em defesa de prováveis ameaças constituídas por eventuais ressacas e poluição da areia, como também a disposição de manter o espaço por excelência de uma cultura com vocação para o prazer junto ao mar.

Uma das grandes questões que também movimentavam as políticas públicas para a região litorânea da cidade eram os problemas urbanos experimentados pelos banhistas naquela época. Desde o começo, quando Copacabana começou a ser ocupada pelos “habitantes do progresso” (O’DONNELL, 2013), logo surgiu um cais de pedra na tentativa de conter as constantes ressacas, e que delimitava a avenida da orla marítima.

Em direção ao sul, para além da Urca, amplia-se o Túnel Novo e na década de 1970 iniciam-se importantes obras em Copacabana para a construção do interceptor oceânico, obra de saneamento de grande porte para atender a toda a Zona Sul, o alargamento da Avenida Atlântica para deter as constantes ressacas e a transformação da praia natural de Copacabana em praia aterrada e artificial, o que não rompeu sua importância simbólica para a cidade. Há de se destacar o passeio marítimo com desenho paisagístico de Burle Marx (ANDREATTA, 2009, p. 4)

Mas de que maneira criar essa imagem se, no cotidiano carioca, diversos problemas urbanos e sociais ganhavam cada vez mais visibilidade? Olhando mais especificamente para o nosso objeto de estudo, podemos observar que ele esteve em pauta como um importante elemento de debate na cidade. Enquanto Copacabana se construía como a vitrine do Rio de Janeiro e do Brasil, os problemas relativos à praia estavam cada vez mais em pauta.

Nesta seção, optamos por apresentar algumas séries com imagens que documentaram essa visibilidade que os problemas das praias cariocas tiveram ao longo do último século. Trouxemos dois temas que se mostram ainda presentes no cotidiano dos cariocas: as ressacas marítimas, que tomam as areias e invadem parte da orla, e as questões de saneamento que, por décadas, foram o grande problema da Zona Sul, principalmente após o *boom* imobiliário dos anos de 1950. Ambos os temas ainda parecem ser muito atuais.

Escolhemos quatro séries para a presente seção. Todas falam sobre o despejo de esgoto e as manchas escuras que apareciam nas areias das praias, e também as ressacas que atingiam os cartões-postais da cidade. A primeira série apresentada (Figura 24), Série – Copacabana sem retoque³⁰, traz uma reportagem publicada em 05 de maio de 1956, nas páginas 46, 47, 48 e 49 da revista. O texto e as fotografias são assinados por Luciano Carneiro e o título da reportagem é *Copacabana sem retoque*. O texto denuncia:

Eis uma das coisas mais incompreensíveis desta cidade famosa: os esgotos de Copacabana. Aqueles riachos de água suja, cortando a *mais famosa praia da América do Sul*, só não provocaram ainda um caso grave na vida da cidade porque, afinal de contas, somos o povo mais manso, mais conformado e mais besta deste mundo. A autoridade pública jamais foi responsabilizada, criminalmente, por uma incúria administrativa. O contribuinte só tem um direito: pagar impostos. Exigir a proteção de sua cidade, no campo estético, e garantias higiênicas para tomar um banho de mar sem susto – isso não pode. (O Cruzeiro, 05/05/1956, p. 46)

O texto acima abre a reportagem e denuncia a falta de tratamento do esgoto que era abertamente derramado nas areias da praia de Copacabana. A fotografia ao lado do texto ilustra a denúncia, assim como as outras que seguem na reportagem. A primeira imagem da série (A), é a página inteira que abre a reportagem. A fotografia da imagem ilustra em primeiro plano, no inferior da fotografia, uma poça de esgoto na areia de Copacabana. Em segundo plano, estão duas mulheres sentadas também na areia, conversando

³⁰ Ocorrências no levantamento: T01.0646, T01.0647, T01.0648 e T01.0649.

despretensiosamente atrás da poça de esgotos. No plano de fundo da imagem é possível ver um guarda-sol e mais algumas pessoas ilustrando a fotografia.

O problema de saneamento no Rio de Janeiro e a poluição das praias são objetos de debate até os dias atuais³¹. Mas as denúncias já estavam presentes nas páginas da revista no começo do século XX, e, como consequência, a praia não era indicada para banho em alguns períodos do ano. O problema é histórico e se manteve por quase um século. Atualmente atinge principalmente as praias de Copacabana e Ipanema, na costa atlântica da cidade e as praias do interior da Baía de Guanabara.

A imagem B da série é uma fotografia que chama atenção dos pais para os perigos que os filhos correm ao brincarem nas areias da praia ou tomarem banho de mar em Copacabana. “A fotografia é prenunciada pelo título “Atenção senhores pais: é na saída dos esgotos que vossos filhinhos, às vezes, são banhados” e a legenda “Água, areia e miasmas: berços transitam a dois passos da água fétida dos esgotos. Dessa forma, *o banho de mar, que seria terapêutico*, torna-se altamente maléfico. E as crianças são as mais prejudicadas no caso”. (O CRUZEIRO, 05/05/1956, p. 49).

Nesta imagem, em plano geral, vemos em primeiro plano uma saída de esgoto na areia da praia. Ao fundo, um homem brinca na beira do mar com uma criança pequena. A legenda e o título da imagem destacam os prejuízos que podem ocorrer a partir do contato com o esgoto. O fotógrafo registrou e deu destaque para a proximidade entre essas áreas de despejo de esgoto não tratado e o local onde banhistas, inclusive com crianças, tomam banho de mar. Embora em 1956 o banho de mar já não fosse mais uma receita terapêutica, a legenda apela para a indicação, fazendo um contraponto entre o que é visto no cotidiano das praias e o que deveria ser uma possível permanência no mar.

A terceira imagem da série (C) possui duas fotografias. A da parte superior destaca a mancha escura na beira do mar e afirma “Instantâneos da

³¹ O tema foi pauta de reportagem no último mês de maio. A reportagem de Erick Rianelli, jornalista do Bom Dia Rio, foi publicada em 05/05/2022. Acesso: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/05/05/areia-da-praia-de-copacabana-e-limpa-apos-aparecimento-de-mancha-escura.ghtml>

mais famosa e atraente praia do Brasil e da América do Sul: crianças brincando no riacho imundo e a boca dos esgotos lançados, na areia, toda a sujeira das ruas e das casas localizadas na Zona Sul” (O CRUZEIRO, 05/05/1956, p.47). A fotografia, também em plano geral, mostra no centro dois meninos brincando na beira do mar. Em primeiro plano, outra vez, está a mancha escura provocada pelo despejo de esgotos nas areias, que acabam desembocando no mar. No plano de fundo da imagem, podemos ver que diversas outras pessoas aparecem, aparentemente não se incomodando com a mancha escura na praia. A fotografia inferior da imagem está direcionada para a orla da praia, destacando no fundo o Cine Rian³², o que nos permite identificar em que trecho da praia a fotografia foi tirada.

Na última imagem (D), podemos ver uma vista aérea da praia, que destaca a mancha escura de esgoto, que vai da direção do calçadão de Copacabana, com as famosas pedras portuguesas, ao mar. No centro da imagem observamos a mancha que se desloca. A mancha aparenta cortar a praia ao meio e, dos dois lados, barracas de praia podem ser vistas na fotografia, muito próximas às marcas da poluição. Alguns banhistas também podem ser observados, alguns deles dentro do mar, na direção da mancha escura.

³² O Cinema Rian foi construído em 28 de novembro de 1932 na cidade do Rio de Janeiro e demolido em 16 de dezembro de 1983. O cinema era localizado em frente à praia de Copacabana, entre as ruas Barão de Ipanema e Constante Ramos, próximo ao Posto 4. Depois de demolido, construiu-se um prédio no local, onde hoje funciona um hotel da rede portuguesa Pestana.

Figura 27: Série - Copacabana sem retoque



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

As três séries seguintes (Figura 25, 26 e 27), apresentam uma sequência de reportagens sobre outro problema que, durante décadas, atingiu intensamente a orla atlântica do Rio de Janeiro: as ressacas marinhas e seus danos associados. Em trabalho publicado em 2018, Lins-de-Barros (*et al*, 2018) apresentou uma avaliação histórica da ocorrência de ressacas marinhas no litoral do Estado entre as décadas de 1970 e 2010. Apesar de o período da pesquisa ser posterior ao da primeira série apresentada, o problema da ocorrência de ressacas marinhas é, há muito, uma questão e um problema urbano no Rio de Janeiro, principalmente a partir do século XX. Como aponta Lins-de-Barros (*et al*, 2018):

À medida que as zonas costeiras foram sendo cada vez mais urbanizadas e valorizadas para atividades de lazer e turismo, as praias passaram a sofrer modificações nesta dinâmica, ocasionando, em muitos casos, um desequilíbrio do seu perfil, levando à danos nas construções durante eventos de tempestade. Ainda no século XIX uma das maiores preocupações dos engenheiros costeiros era elaborar intervenções, como muros, espigões, molhes e outros, para conter a energia das ondas e estabilizar a linha de costa, permitindo assim uma ocupação mais segura. (LINS-DE-BARROS, KLUMB-OLIVEIRA e LIMA, 2018, p. 86)

Na figura 25³³ apresentamos quatro imagens de reportagens diferentes sobre as ressacas na orla atlântica do Rio de Janeiro. Todas as reportagens são de números diferentes da revista, embora tenha datas relativamente próximas. É interessante pensar sobre o porquê de, nesse período da década de 1950 ser tão frequente a quantidade de reportagens publicadas denunciando “a morte” das praias por causa das ressacas marinhas. A imagem A é uma reportagem de 22 de fevereiro de 1958 e assinada por Antônio Rudge. O título da reportagem é “Arpoador (o fim)”. Por diversas vezes o anúncio do “fim” ou da “morte” das praias devido às ressacas, eram denunciadas na revista. O texto denuncia:

Necrológio³⁴ (em côr) de uma praia que as ondas do mar condenaram a desaparecer da geografia do verão. Quando o verão de 1958

³³ Ocorrências no levantamento: A: T01.0683, B: T01.0673, T01.0674, C: T01.0651, T01.0652, D: T01.0678.

³⁴ Significa: seção de periódico que publica notícias de óbitos e elogios fúnebres; necrologia.

começa, há uma praia a menos no Rio de Janeiro. Pela segunda vez, o mar investe contra o Arpoador, e não se sabe, em verdade, se o Arpoador vai sobreviver. Metade dos técnicos acha que a culpa é dos aterros na Baía de Guanabara: o carioca está jogando o Morro de Santo Antônio dentro do mar. A outra metade diz que uma coisa nada tem a ver com a outra. E, enquanto o Prefeito do Distrito Federal manda que uma comissão descubra as causas do fenômeno, o Arpoador sofre com seu destino, que é o mesmo da Praia de Iracema, no Ceará, vítima do Porto do Mucuripe, e de Olinda, no Recife, hoje resumida a um montão de pedras, onde as ondas vão morrer. Eis a situação do Arpoador: menos de cinco metros de areia entre o asfalto e o mar para as milhares de banhistas do verão. As alegres mocinhas da Zona Sul já se queimam ao sol praticamente encostadas ao paredão da Avenida Vieira Souto. [...] Antes o Arpoador era famoso: a praia da chamada 'gente bem' do Rio de Janeiro. Os grã-finos vinham de longe para disputar um pouco de chão do território do Arpoador. As 11 horas da manhã, os carros de verdade substituíam os carrinhos de bebê que, desde cedo, passeavam empurrados pelas babás. E havia as manhãs de quinta-feira, as tardes de sábado e o sol dos domingos. Hoje, há apenas o sol, o mar, o vento e a triste ausência de praia. (O CRUZEIRO, 22/02/1958, p. 30 e 31)

O trecho apresenta o embate entre os técnicos e engenheiros responsáveis pela investigação das causas e, possivelmente, da criação de uma solução para o problema da época. A fotografia principal da reportagem, no canto esquerdo da imagem, está em plano geral e com uma vista a partir do calçadão, como quem observa lateralmente a praia do Arpoador. É uma tentativa de registrar o curto trecho de faixa de areia que restou depois da ressaca marinha que antecedeu a reportagem. Na imagem, alguns objetos e pessoas podem ser observados. Na curta faixa de areia, os banhistas fincam suas barracas bem próximas ao paredão do calçadão da praia. À frente das barracas, podemos observar alguns banhistas indo em direção ao mar. Ao lado dessa fotografia, uma segunda imagem, que apresenta uma visão superior, como se o fotógrafo estivesse no calçadão, na tentativa de mostrar como não há faixa de areia naquele trecho para os banhistas. As poucas barracas dessa fotografia estão entre as pedras.

Figura 28: Série – As ressacas na Zona Sul



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

A imagem B é de reportagem publicada em 01 de fevereiro de 1958, no mesmo mês da imagem A. Ela aparece como uma continuação da denúncia sobre o fim das praias da Zona Sul. O título da reportagem é “O prefeito foi ver de perto as praias que estão morrendo”. A fotografia que abre a reportagem mostra o então prefeito da cidade sentado sobre as areias e observando, de perto, o encurtamento da faixa de areia nas praias. Com roupa praiana, o prefeito parece posar para a fotografia, que está acompanhada da legenda

As ondas, que sempre enfeitaram o Arpoador, estão agora dispostas a engoli-lo de uma vez. Copacabana também está sumindo: até hoje o mar não devolveu as areias da Praia do Leme. No Flamengo o mar não tem culpa: é o próprio homem quem está sepultando a sua praia. (O CRUZEIRO, 01/02/1958, p. 4)

A imagem D da série também faz parte dessa mesma reportagem e é uma fotografia panorâmica que ocupa duas páginas inteiras da revista. A fotografia está em plano geral e é possível identificar alguns elementos interessantes. O ponto de vista da imagem é o do fotógrafo sobre o calçadão, tentando registrar o máximo possível da extensão da praia. No primeiro plano, as ondas estão em contato direto com a mureta do calçadão. Não é possível observar nenhuma faixa de areia. Em segundo plano, ao centro, podemos observar uma concentração de banhistas e de barracas de praia em uma pequena faixa de areia que não foi engolida pelas fortes ondas do mar.

A terceira imagem da série, é uma outra reportagem de 02 de junho de 1956, quase dois anos antes das mencionadas anteriormente, em outro episódio de ressaca marinha. O título da reportagem, com texto assinado por João Martins e fotografias de João Martins e Ed. Keffel, é “A morte do Arpoador”. A lide da reportagem afirma que

A praia do Arpoador morreu de repente, tragada pelo mar, no auge da fama e da beleza, como dizem alguns que deveriam morrer as flores, os poetas e as mulheres bonitas – a história da sua vida e do seu sepultamento. (O CRUZEIRO, 02/06/1956, p. 41 e 42)

A legenda da imagem anuncia que “Aqui era o Arpoador. O mar escavou a areia e avançou até o cais. Reparem a escada, que dantes tinha as pontas enterradas na praia. Esta, dificilmente, poderá ser recuperada” (O CRUZEIRO, 02/06/1956, p. 41 e 42). Na fotografia, em plano geral, podemos ver o exato momento em que as ondas batem, com força, contra o paredão do calçadão. Algumas casas e automóveis podem ser observados na avenida e um homem, sem trajes de banho, que passeia pelo calçadão. Não há nenhuma faixa de areia na imagem, toda ela foi engolida pela forte ressaca.

As imagens da série 26³⁵ também são dessa mesma reportagem e trazem dois pontos de vista muito parecidos com o último mencionados, em uma clara tentativa de denunciar o encurtamento da faixa de areia. Ambas as fotografias estão verticalizadas. Na primeira imagem (A) figuram um homem deitado sobre uma barraca de praia e uma criança ao seu lado, e traz a legenda “O mar vem lambe os pés dos que se queimam ao sol da manhã” (O CRUZEIRO, 22/02/1958, p. 33).

A segunda imagem ocupa toda a página da revista e fecha a reportagem sobre o encurtamento da faixa de areia. Nela está apenas uma mulher e uma barraca de praia. A fotografia foi tirada no instante seguinte em que a onda do mar quebra e forma uma espuma em direção à areia. Se o objetivo do fotógrafo era dar a impressão de que quase não há espaço para o banhista e para a pessoa que permanece na areia, está muito bem ilustrado, pois a impressão da fotografia para quem a observa é de que a banhista está quase ilhada naquele ponto, sendo encurralada no paredão do calçadão da orla.

³⁵ Ocorrências no levantamento: A: T01.0684, B: T01.0685.

Figura 29: Série - Faixas de areia no Arpoador



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

Na figura 27³⁶, Série – As fortes ressacas engolem a faixa de areia, trouxemos cinco imagens. As imagens A, B e C são da mesma apresentada anteriormente, da reportagem intitulada “O prefeito foi ver de perto as praias que estão morrendo”. Ambas estão em plano geral e na horizontal. A primeira mostra um ponto de vista em que é possível ver apenas uma pequena faixa de areia não centro da fotografia. Na imagem B podemos ver o paliativo que foi colocado para tentar solucionar provisoriamente os problemas causados pela ressaca. O título da fotografia é: “As ressacas do Leme criaram novas regras de cortesia para o banho de mar (diante da cerca)”. Nessa fotografia, podemos ver a cerca que foi colocada entre a faixa de areia e a beira-mar para evitar que as ondas ocupassem toda a extensão da praia. Nela, podemos observar algumas pessoas na faixa de areia, antes de onde foi colocada a cerca e algumas pessoas na beira do mar, após a cerca. Ao centro da fotografia, um homem e uma mulher estão atravessando da faixa de areia para o mar. O homem auxilia a mulher a passar por cima do pequeno muro de madeira construído para proteger a praia. A imagem C mostra a força das ondas em direção à orla. Também em plano geral, é possível observar um banhista ao centro da fotografia, sobre um chão de concreto, onde as ondas batem com força.

A imagem D também faz parte de reportagem apresentada anteriormente, “A morte do Arpoador”. Na fotografia, em plano geral, podem ser compreendidas a força do mar ao entrar em contato com a faixa de areia e com a orla da praia. Algumas árvores foram derrubadas e estão sobre a faixa de areia. Não há nenhum banhista na imagem e a intenção do fotógrafo foi, provavelmente, de demonstrar como a força do mar tem um poder destrutivo e pode ser, em alguma medida, perigosa para os banhistas.

A última imagem da série compõe uma nota publicada em 05 de maio de 1956 e intitulada “Queriam roubar a namorada do mar”. Há três fotografias na imagem, ambas em plano geral e tiradas a partir do calçadão, já que a faixa de areia foi completamente tomada pelo mar após a ressaca. Elas estão

³⁶ Ocorrências no levantamento: A: T01.0676, B: T01.0677, C: T01.0675, D: T01.0654, E: T01.0650.

assinadas por Rubens Américo. As imagens são acompanhadas pelo texto em tom de denúncia:

O protesto do mar foi veemente. Quando pensaram em desafogar o trânsito de Copacabana, e particularmente da Av. Atlântica, alguém se lembrou que a solução ideal seria o alargamento da rua, entrando-se 18 metros pela praia. Engenheiros foram consultados, os cofres públicos foram consultados, só ele, o mar, foi esquecido. Ninguém se lembrou de perguntar se ele não se sentiria roubado em seus domínios. Ninguém se lembrou que cada metro roubado bem poderia significar o desaparecimento de quatro ou cinco bem torneadas morenas. Então, ele se levantou. Revolveu a areia, lambeu a calçada e assenhoreou-se de praias inteiras. Quando os donos da cidade, assustados, desistiram de seus planos, ele recolheu as ondas e foi, ansioso, esperar pelo próximo verão. (O CRUZEIRO, 05/05/1956, p. 88)

O autor desconhecido do texto apresenta o mar como um personagem da história contada, personificando-o. Alguns problemas decorrentes da expansão da Avenida Atlântica são apresentados em tom irônico no texto. As imagens deixam claro o encurtamento da faixa de areia e a força do mar sobre a orla da praia e sobre os postos de salvamento da época, em destaque em uma das fotografias.

Encerramos, com esse subcapítulo dedicado à visão mais crítica e em tom de denúncia sobre o balneário, essa primeira parte das análises das imagens, na qual focamos nos temas que observamos serem recorrentes. Não apenas de elementos positivos se faziam valer as imagens da revista, mas também aspectos que denunciavam problemas estruturais, relacionados ao cotidiano das praias cariocas. “Beleza e caos” – novamente uma referência à letra da canção de Adriana Calcanhotto, estiveram retratados nas imagens da cidade que estamparam a revista, simbolizando através de diversos elementos, como os que vimos aqui, esse imaginário balneário do Rio de Janeiro. No capítulo a seguir, nosso próximo álbum de imagens dá destaque para os sujeitos, os personagens privilegiados e os minimizados, nesse cenário balneário.

Figura 30: Série – As fortes ressacas engolem a faixa de areia



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

5. Sujeitos e personagens balneários: atores de uma cena carioca

Bassanezzi (1997) aponta a década de 1950 como um período de grande ascensão da classe média brasileira. No período pós II Guerra Mundial, o país assistiu a um grande momento do crescimento urbano e da industrialização. De acordo com Santos (1998), podemos perceber algumas mudanças quantitativas no crescimento urbano do Rio de Janeiro nesse período.

Se o índice de urbanização pouco se alterou entre o fim do período colonial até o final do século 19 e cresceu menos de quatro pontos nos trinta anos entre 1890 e 1920 (passando de 6,8% para 10,7%), foram necessários apenas vinte anos, entre 1920 e 1940, para que essas taxas triplicassem passando a 31,24%. (SANTOS, 1998, p.22)

Entre os anos de 1940 e 1950 o crescimento urbano do Brasil aumentou significativamente. De acordo com os dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 1940 a população urbana brasileira era cerca de 10 milhões, quando a população total estava na casa dos 40 milhões. Já na década seguinte, o índice de urbanização saltou e a população urbana girava em torno de 19 milhões, quando a população total estava em cerca de 50 milhões de habitantes. O índice de urbanização passou de 26,35% em 1940 para 36,16% em apenas 10 anos (SANTOS, 1998). Esse momento de “ouro” não aconteceu apenas no Brasil. Num ponto de vista capitalista, os anos dourados representavam um período único, principalmente para os países mais desenvolvidos. O mundo passava por um novo momento de modernização.

Nesse mesmo período, a idealização da mulher moderna estava em alta nas páginas de *O Cruzeiro*. Alguns hábitos não eram validados socialmente e esperava-se determinado tipo de comportamento. De acordo com Klanovicz (2017), um artigo publicado na revista por Maria Teresa no dia 14 de junho de 1947, elencava quais hábitos não eram compatíveis com a mulher moderna:

Disputar aos homens os lugares públicos, fumar cigarros, usar e abusar da liberdade individual e afrontar a sociedade com modas ou maneiras mais ou menos extravagantes. Isto, indiscutivelmente, não se enquadra dentro do conceito correto da mulher moderna. (O CRUZEIRO, 14 jun. 1947, p. 72)

O indivíduo passava a ser importante nesse contexto. Nos próximos subcapítulos vamos apresentar alguns aspectos balneários que se personificaram, seja na exibição dos corpos femininos e masculinos, seja na consolidação de um tipo e aspecto de pessoa de acordo com a praia que ela frequenta. Veremos primeiro como o corpo feminino foi um elemento central na construção do imaginário balneário do Rio de Janeiro, sendo, ao longo do tempo, cada vez mais sexualizado. Depois, abordaremos os corpos masculinos e a associação entre saúde e a prática de atividades físicas nas areias das praias. E, por fim, como outra praia, nos confins suburbanos, surgiu como o lugar balneário do “outro”, principalmente das classes mais baixas.

5.1 “Cariocas são tão sexys”: o corpo feminino como elemento central das praias cariocas

Como vimos no primeiro capítulo, houve uma clara indignação por parte das camadas mais conservadoras da sociedade carioca em relação à exibição dos corpos nas praias. Como aponta O’Donnell (2013, p. 154 e 155), foram revelados:

o desconforto que aquelas transformações traziam às sensibilidades moldadas nos tempos das pudicas beatas, deixando claro que a recente incorporação das areias ao universo de experimentação urbana carioca não demandava apenas a atualização dos antigos mapas da capital. Junto com a nova fisionomia da cidade surgiam novas formas de uso do espaço e, não menos importante, de vivência da corporalidade.

E havia também quem analisasse elogiosamente os corpos seminus nas praias. De acordo com Klanovicz (2017, p. 18) desde as primeiras edições da revista havia um tom elogioso em algumas colunas.

Para Alceu Penna e Edgar Alencar (que assinava sob o pseudônimo de A. Ladino), responsáveis pela coluna “Garotas de Alceu” da revista O Cruzeiro, essas garotas eram a face mais bela de Copacabana. [...] Garotas de Alceu, composta por uma série de desenhos que tinham a mulher como personagem principal, impulsionou gostos e comportamentos modernos, influenciando a juventude da época. Tratava-se de garotas que circulavam na orla de Copacabana, habitavam espaços e preenchiam ansiedades e desejos masculinos.

A mulher era sempre vista como provocadora de reações, seja para a crítica ou para o elogio. Os movimentos que influenciaram os trajes utilizados nas praias cariocas também foram, no final da década de 1920 e na década de 1950, provocadores. O maiô de corpo inteiro foi adotado como traje oficial das mulheres nas praias apenas no final da década de 1920, também junto do surgimento da revista *O Cruzeiro*. E só em 1946 foi inventado o biquíni, alvo de muitas críticas na época, tendo sido introduzido no Brasil na década de 1950.

Durante todo o levantamento do acervo da tese, o elemento que, indiscutivelmente, mais se destacou nas fotografias e nas reportagens foi a centralidade e a visibilidade dos corpos femininos nas praias. Na medida em que a praia foi se disseminando como um espaço de lazer e, conseqüentemente, de novas sociabilidades, os corpos passaram a ganhar um novo significado nesse cenário. Inicialmente nas areias e depois nos calçadões da orla.

É importante destacar que a imagem que mais apareceu vinculada à praia foi o corpo seminu. E não se tratava de um corpo qualquer. Eram corpos femininos, jovens e dentro dos padrões de beleza de cada época. Ora esses corpos eram flagrados em suas formas sociais espontâneas, em exibição despretensiosa nos espaços públicos praianos, ora estavam claramente construídos e orientados a partir das técnicas de publicidade e marketing. Mas não importa qual fosse o objetivo, eram massivamente corpos femininos e raramente corpos masculinos.

Em quase todas as fotografias levantadas, as mulheres desenhadas, ilustradas, pintadas ou fotografadas não estão acompanhadas de nenhum homem ou de nenhuma criança, o que pode sugerir que a imagem da mulher está quase sempre vinculada ao perfil de uma mulher também solteira e sem filhos, prontas para um relacionamento. Quase sempre aparentando certa disponibilidade.

Se tudo pode passar indiferente no cenário das praias cariocas, os corpos das mulheres não devem passar despercebidos. Algumas partes do corpo, mais especificamente, estão em destaque em muitas imagens

veiculadas pela revista. Em diversas fotografias, as costas, as pernas e, principalmente as nádegas das mulheres são destacadas, em detrimento da parte frontal do corpo. Percebemos que essa tendência em destacar a parte de trás do corpo das mulheres se intensificou a partir da década de 1970, como veremos nas imagens apresentadas.

Essas imagens simbolizam parcialmente o que era a política empreendida pelas mídias de maneira geral e, também, mais tarde, pela Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). As mulheres de biquíni nas praias cariocas se tornaram imagens representativas para o turismo brasileiro na época e ajudaram a compor um imaginário sobre a cidade (Figura 31). Esse imaginário está associado, até os dias atuais, à erotização da mulher brasileira e foi tema de grande debate em diversos trabalhos acadêmicos (ELEUTÉRIO E CAVALCANTI, 2009; GOMES, 2011; 2012).

Figura 31: Propaganda do Brasil no exterior pela EMBRATUR, 1983



Fonte: Imagem de domínio público.

Em um trabalho já publicado (FERREIRA, 2020), destacamos que, também nos mapas, esse tipo de representação da mulher estava em evidência e era vinculada às praias cariocas. No exemplo da década de 1970, que trouxemos logo abaixo, as praias da Zona Sul, principalmente Copacabana e Ipanema, estavam representadas por vários ícones de uma mulher de biquíni, como se a mulher fosse um atrativo em si (Figura 32). Nesse período, o

Rio de Janeiro era apresentado como a cidade do sol e do cio. Uma matéria publicada na revista Rio, Samba e Carnaval, cujo título era “Rio é sol, é cio”, prometia “a cidade como virgem transtornada pelo cio, enlouquece, cai no desvario, na alegria, na euforia, no desatino, num voo-mergulho de vertigem, sofrimento, gozo e êxtase” (ALFONSO, 2006).

Figura 32: Recorte de mapa turístico (1974-1980)



Fonte: Acervo da BND

Como afirma Barthes (1980, p. 141), “é a insistência num comportamento que revela a sua intenção”. E é justamente essa intenção, “presente recorrentemente na forma como os corpos são mostrados, em que lugar e em que tempo, que possibilita ir além de uma primeira impressão mais imediata” (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2011, p. 185 e 186). Como apontam os autores, é o rosto, a face do indivíduo que lhe dá identidade e o identifica.

Assim são os documentos ou quando nos reportamos a outras pessoas. Nas imagens veiculadas das mulheres nas praias, seja em cartões postais ou em reportagens e propagandas de revistas, o que é valorizado é o “bumbum” da mulher brasileira – e carioca mais especificamente. E, assim, “se destaca a dimensão informal do corpo, marginal, que se inscreve e escreve códigos distintos daqueles que operam do Estado - formal/ oficial - para os indivíduos” (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2011, p. 186).

A Figura 33³⁷, intitulada Série - Verões da década de 1970, traz quatro imagens, sendo duas delas (imagens A e B) da mesma reportagem. Todas as fotografias foram tiradas durante o dia, e apresentam apenas figuras femininas. Apenas nas duas primeiras imagens (A e B), podemos ver a parte superior dos corpos das mulheres. As fotografias C e D estão focadas apenas nas pernas e nas nádegas, deixando de fora o que poderia identificar e individualizar essas mulheres de alguma forma.

A imagem A da série é a fotografia de abertura de uma extensa³⁸ reportagem publicada em 3 de fevereiro de 1971, com 14 páginas cujo tema é o verão daquele ano. A imagem está verticalizada e ocupa duas páginas inteiras da revista. No centro da fotografia, uma mulher de costas, de biquíni e penteando os próprios cabelos. No plano de fundo, mesmo bastante desfocado, é possível observar algumas outras pessoas, todos homens. A fotografia registra da metade das coxas para cima e centraliza a mulher como o elemento representativo do verão carioca.

A lide da reportagem destaca: “Verão chegou à praia com toda força do sol. O mar do Rio está cálido. O vento sopra com ternura. E a beleza se fez mulher, com biquíni generoso na ZS”. As fotografias que abrem a reportagem destacam justamente as mulheres de biquíni. A fotografia B é da mesma reportagem da anterior, é a quarta fotografia da reportagem, nela figura uma mulher, também sozinha, deitada de bruços sobre uma toalha aberta na areia da praia, aparentemente se bronzeando.

³⁷ Códigos das imagens no levantamento, em nosso acervo: A: T01.0879 e T01.0880, B: T01.0882, C: T01.0998, D: T01.0915.

³⁸ A reportagem se estende entre as páginas 62 e 75.

Figura 33: Série – Verões da década de 1970



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

A reportagem afirma:

Se ninguém segura mais este país, muito menos a Guanabara em tempo de calor e pouca roupa. ZS e ZN se misturam – de Ramos a Sepetiba, com escalas no Leme, Copacabana, Ipanema e Leblon. Grumari, no fim da linha, além do Pontal de Sernambetiba, é a última conquista do sol carioca. Uma praia de solidão e beleza, cercada de colinas, com seu mar e seus casais exclusivos. Ao longo dessa geografia de areia – na fronteira da onda com a praia – as meninas e coroas bem traçadas se banham de sol. Como se fosse o ritual de magnífico paganismo solar. Ou, então, passarela de moda, com a quase-nudez ao alcance da espiada de bom gosto. Uma juventude dourada, nascida da onda e do sol, costuma deixar o turista de queixo desabado. Não existe lugar de praia preferido pela beleza. Em toda a orla marítima se pode medir mulher bonita por metro quadrado. Mas é fato que o Castelinho continua sendo e que, defronte à Rua Montenegro, em Ipanema, existe aquele barato de gurias. Cada qual a sua, na deles e provavelmente na nossa, se for o caso de grilar com sucesso. (CRUZEIRO, 03/02/1971, p. 64)

Na página seguinte o texto continua:

Areia tem em muito lugar, mas principalmente na ZS carioca. Por isso o verão é o maior charme do turismo da GB, deixando de lado o carnaval. Serve de vitrina para as modas de praia. Os óculos. O risco do biquíni. As pestanas de nylon. Os colares hípicas. Os chapéus cônicos ou chatos como marquises. Com esses poucos acessórios, um broto vira polo de desenvolvimento na praia. Dá lição de comunicabilidade dentro de sua postura e do seu silêncio. Ninguém derrota uma carioquinha salgada pelo mar camaradinho de Ipanema. (CRUZEIRO, 03/02/1971, p. 65)

Nas décadas de 1960 e 1970 o Castelinho, na esquina da Rua Joaquim Nabuco em Ipanema, era o “*point*” mais badalado das praias cariocas e aparecia recorrentemente nas páginas de *O Cruzeiro*. Na reportagem, o autor destaca que “é fato que o Castelinho continua sendo e que, defronte à Rua Montenegro, em Ipanema, existe aquele barato de gurias” (CRUZEIRO, 03/02/1971, p. 64).

O autor também faz menção às geografias da cidade do Rio de Janeiro, quando afirma que ao longo “dessa geografia de areia – na fronteira da onda com a praia” as mulheres “se banham de sol” (CRUZEIRO, 03/02/1971, p. 64). O bronzeamento da pele já estava definitivamente naturalizado como um hábito tipicamente praiano.

A fotografia C faz parte de uma reportagem de 15 de dezembro de 1979, 8 anos depois das primeiras imagens da mesma série. Muito embora tivesse passado quase uma década entre as duas fotografias, as narrativas e imagens do corpo da mulher possuem uma grande similaridade. A fotografia está horizontalizada e possui apenas um único elemento central: as nádegas de uma mulher que se bronzeia nas areias da praia. O foco da imagem está totalmente direcionado ao *bumbum* da mulher. A reportagem começa narrando as dificuldades encontradas para uma estadia na praia em um dia do final de semana, em pleno verão carioca:

O mais difícil é você encontrar uma vaga para estacionar o carro. Com a chegada do verão, as praias do Rio começam a ficar superlotadas e os estacionamentos também. Outra dificuldade é um lugarzinho para estender a toalha e tomar um gostoso banho de sol. Não se esqueça que a principal distração e divertimento do carioca é a praia, que retempera forças e agrada aos olhos. Velhos, moços e crianças, todos correm para o litoral nos fins de semana. Cuidado com a bola de frescobol, que embora proibido e limitado a determinadas áreas, quase sempre é jogado displicentemente. Mas com tudo isso – tem ainda os refrigerantes e as cervejas caríssimos – vale a pena uma boa manhã e tarde nas praias aconchegantes da beira-mar. Seja qual for a praia escolhida, “elas” estarão lá. Biquínis e tangas multicores em corpos esculturais e belos. Um espetáculo ótimo para os olhos, mas péssimo para os “cabeças-quentes”. Por isso, quando a cuca ferver, dê um mergulho e volte “fresco”, quer dizer, frio. (CRUZEIRO, 15/12/1979, p. 63)

O texto da reportagem possui uma conotação claramente sexual e, embora inicie fazendo uma descrição dos problemas encontrados em um dia de praia cheia no Rio de Janeiro, se encerra direcionado à sexualização dos corpos femininos. O texto pontua que, seja qual for a praia escolhida, as mulheres estarão lá, com seus corpos em exibição, em um “espetáculo ótimo para os olhos”. O texto está logo acima da fotografia C (Figura 33). Ao lado desse mesmo texto, está outra imagem da mesma mulher, mas essa fotografia retrata seu tronco e seus seios à mostra, em um momento de *topless* nas areias das praias cariocas.

A fotografia D da série também retrata os corpos femininos. São quatro mulheres enfileiradas, todas de bruços, sobre toalhas esticadas nas areias da praia. A fotografia é da reportagem “O Rio corre para o mar”, de 19 de fevereiro

de 1972³⁹. Acompanha a legenda: “na praia, o difícil, às vezes, é encontrar um lugar para fixar a barraca e garantir o banho de sol e mar”. A imagem que tem a intenção de ilustrar a superlotação das praias, poderia ser uma fotografia da praia em si, em uma vista de pássaro ou mesmo em plano geral. Mas há uma escolha explícita por fotografar as mulheres deitadas em um momento de bronzeamento. O recorte da fotografia, assim como as outras, também está na direção das nádegas e costas das mulheres, que não podem ser identificadas, pois seus rostos não aparecem.

A série seguinte (Figura 34) são quatro recortes de páginas inteiras da mesma reportagem das fotografias A e B da série anterior. O tema da reportagem é o verão carioca e as figuras que ilustram a reportagem são todas de mulheres jovens, em forma de acordo com os padrões de beleza impostos, e sozinhas ou acompanhadas por outras mulheres.

A Figura 35 são três fotografias muito similares, embora de reportagens distintas⁴⁰. A primeira é de uma reportagem de 15 de novembro de 1972, a segunda é de 19 de fevereiro de 1972, e a terceira de 15 de setembro de 1980. Todas as fotografias estão verticalizadas e foram tiradas no período do dia. Todas retratam mulheres na mesma posição: deitadas de bruços, sobre uma toalha estendida na areia. A direção das fotografias também é muito similar, tiradas de um ponto acima e próximo aos pés das mulheres. O elemento central é o corpo feminino e não há, além da toalha de praia, nenhum outro elemento relevante nas fotografias. A intenção é fotografar, mais uma vez, o *bumbum* das mulheres e exibi-los como um elemento figurativo importante na relação entre o corpo e a praia.

A Figura 36 são as quatro páginas de uma reportagem⁴¹ publicada em 5 de março de 1975 e intitulada “Tanga”. A reportagem tem como objeto central o modelo menor de biquínis, que na década de 1970 se popularizou nas praias cariocas e ficou conhecido como tanga.

³⁹ Também se trata de uma extensa reportagem, que totaliza 10 páginas de fotografias e textos e coloca em evidência os corpos femininos.

⁴⁰ Ocorrências no levantamento: A: T01.0930, B: T01.0920 e C: T01.1002.

⁴¹ Ocorrências no levantamento: A: T01.0979, B: T01.0978, C: T01.0981 e D: T01.0980.

Figura 34: Série - Verão 1971



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

Figura 35: Série – mulheres na areia



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

Figura 36: Série - tangas



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

A reportagem informa aos leitores que:

O produto nacional mais em evidência no penúltimo fim de semana, graças mesmo ao carnaval, foi a tanga. Questionada, ameaçada de proibição, excomungada pelas autoridades, ela se manteve na mudez de pequeno ídolo de pano, desvendando corpos e formas e sendo cada vez mais amada e solicitada. Ver a tanga cobrindo (ou descobrindo?) um belo conteúdo suarento e eletrizado num baile de carnaval é contagiante, particularmente pela excitante euforia que o ambiente provoca.

Mas seu habitat natural, amis provocante e sensacional, é mesmo a praia. Praias cariocas, onde a tanga foi lançada e virou, apesar de timidamente, moda na Europa e nos Estados Unidos. O calor de 38° dos últimos fins de semana, no Rio, tem motivado o surgimento de novos modelos, ousados, coloridos, mínimos, cheios de bossa. Uma bossa que é própria da mulher carioca.

Nesta coleção de tangas e mulheres, os flagrantes vão de Copacabana à Barra da Tijuca, passando com honra no meio do caminho e sua pátria maior, o Castelinho. Se há tangas na praia de Ramos? Claro que sim! Onde houver uma faixa de areia à beira-mar, incluindo também as poluídas Botafogo, Flamengo e Urca, jamais a carioca deixará de provar, descontraída e lindamente, que a tanga é a maior invenção para um bronzeado perfeito de corpo inteiro – ou quase, quase.

Mais do que mostrar a mulher bonita, também prestamos um serviço público de moda. Os modelos são originais e exclusivos, com detalhes (florzinhas, listrinhas, frutinhas, peixinhos) em locais estratégicos. A escolha é livre. As muito magras controlem-se. As gordinhas, muito cuidado com os exageros. A tanga foi inventada para a chamada mulher que está “nos eixos”. (O CRUZEIRO, 05/03/1975, p. 7-8)

As fotografias B e D destacam em letras garrafais e coloridas de vermelho a palavra tanga, deixando-a em evidência e identificando o tema central do texto e das fotografias. As fotografias das imagens A, B e D quase todas verticalizadas (exceto uma fotografia no canto inferior esquerdo da B) e retratam mulheres em momentos mais descontraídos e menos posados quando comparadas às fotografias das séries anteriores, quase como se as fotos tivessem sido tiradas por um *paparazzi*. As mulheres estão quase todas em pé (exceto a mencionada anteriormente), ao centro da fotografia e algumas conversando com outras mulheres. As fotografias, diferente das anteriores, mostram algumas mulheres de frente, embora não estejam olhando diretamente para o fotógrafo.

A fotografia C dessa mesma série nos chama atenção por ser uma página inteira da revista e estar encerrando a reportagem. A fotografia é um recorte frontal da região pélvica de uma mulher. Não há nenhuma legenda nem nenhum texto vinculado à essa imagem diretamente, ela apenas ocupa toda a página, encerrando a reportagem.

Na Figura 37, Série – Aberturas de reportagens, trouxemos quatro imagens, todas elas o início de reportagens distintas⁴². As reportagens são de números diferentes da revista *O Cruzeiro* e todas têm como tema central o verão e as praias cariocas. A imagem A é de uma reportagem com o título: Rio 40° - a carioquice está solta, e foi publicada em 15 de dezembro de 1979. E acompanha o subtítulo: mulheres e mais mulheres bonitas comandam o colorido das praias luminosas. O texto é assinado por Antônio Olívio e as fotos pela equipe de *O Cruzeiro*. Na imagem existem três fotografias em destaque, uma delas já apresentada em série anterior. A primeira fotografia é um plano geral da praia, não sendo possível identificar, só pela imagem, de qual praia se trata. Nessa fotografia podemos perceber a lotação da praia, que aparenta ser a do Arpoador. As duas outras fotografias são de uma mesma mulher. Uma delas foi analisada anteriormente (Figura 33, imagem C) e a outra mencionada no mesmo momento.

A imagem B é de uma reportagem cujo título é “Rio, suor e mar. Praia, um ato em duas peças”, publicada em 16 de dezembro de 1978. O texto é assinado por Orlandino Rocha e as fotografias são de Fernando Seixas e Helmut Hanle. Na mesma ordem da primeira fotografia da imagem A, a fotografia principal da reportagem da imagem B é um plano geral que mostra a lotação das praias da Zona Sul do Rio de Janeiro. A extensão da areia está completamente tomada por banhistas. No canto superior direito da reportagem, um destaque relevante para nossa discussão: uma fotografia de uma mulher de costas está em destaque, margeada por uma linha vermelha e “flutuando” nas páginas que abrem a reportagem. Em evidência, mais uma vez, o corpo

⁴² Ocorrências no levantamento: A: T01.0997, T01.0998, B: T01.0990, T01.0991, C: T01.1003, T01.1004, D: T01.0966, T01.0967.

feminino, isolado e exibido como um recorte que merece destaque. Um elemento central na narrativa construída sobre as praias cariocas.

A imagem C também é a abertura de uma reportagem cujo título é “O verão está chegando”, publicada em 15 de setembro de 1980. O texto é assinado por Ângela Nobrega e as fotografias são de Hélio Passos e Fred Secco. A fotografia que cobre as duas páginas de abertura da reportagem, ilustra uma mulher de braços, sobre uma toalha esticada na areia. A mulher está lendo

Figura 37: Série – Aberturas de reportagens



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

algo que parece uma revista ou um livro. O texto que acompanha a imagem aponta:

Todo ano ele chega pressagiando mudanças na moda, nos costumes, na vida. Durante longos meses tudo é preparação para o verão. Ele merece. Porque vem trazendo o sol, os dias mais quentes, as noites mais longas e cálidas, a beleza da pele queimada... Durante o verão tudo é motivo para qualquer coisa: o sorvete de casquinha de biscoito, o short curto mostrando as pernas bronzeadas, o vestido mini sensacional, o passeio à beira-mar, os dias tão esperados na serra, o camping com os amigos. Vale tudo. Porque é verão. As férias escolares – finalmente! – chegaram, as noites na discoteca são maiores e sem compromisso com horários, a patinação ao ar livre é mais gostosa... Nada como praticar o windsurfe num dia claro e morno de verão. Ele é sempre uma festa de cor, alegria e vida. Relaxe e aproveite. É verão. (O CRUZEIRO, 15/09/1980)

A imagem D é de reportagem de 11 de dezembro de 1974 intitulada “Praia, a perigosa delícia do verão” e assinada por Jorge Segundo. As fotografias são de Mosaomi Moshizuki. Na fotografia que abre a reportagem, também completa nas duas páginas, figura uma mulher deitada sobre uma toalha, de biquíni e fumando um cigarro. A reportagem tem como objetivo central falar sobre os afogamentos recorrentes nas praias da Zona Sul e da Zona Oeste da cidade, embora a fotografia principal não tenha nenhuma relação com afogamentos e primeiros socorros – que também são didaticamente ensinados nas páginas seguintes da reportagem. Ao contrário, a fotografia em destaque mais uma vez é de uma mulher desacompanhada, aparentemente se bronzeando deitada na areia da praia.

Outro elemento interessante na análise dos corpos femininos é a ideia de um hedonismo ligado ao estilo de vida praiano. Esse vínculo com o prazer como valor esteve atrelado a essa nova maneira de estar nos lugares – no caso, na praia – também nas imagens da revista *O Cruzeiro*. Um elemento que diversas vezes apareceu nas fotografias do nosso acervo e nos remeteu a essa ideia de que estar na praia era um momento não só de lazer, mas também de prazer, foram as repetidas imagens das mulheres com semblante alegre, sorrindo abertamente. Para nós, isso demonstra não só a felicidade daquele instante fotográfico em si, mas a repetição dessa maneira de estar naquele espaço ajuda a criar uma identidade discursiva própria das praias.

Vale destacar que todas as fotografias em que as mulheres estão demonstrando abertamente essa felicidade foram tiradas nas praias da Zona

Sul. Mais a frente, no subcapítulo em que damos destaque as fotografias da praia de Ramos, poderemos identificar uma maneira diferente, e até oposta, de estar naquela praia suburbana. Nenhuma das pessoas fotografadas na praia de Ramos está sorrindo, mesmo as que estão posando para o fotógrafo. Diferente disso, podemos ver na série seguinte (Figura 38)⁴³ recortes de fotografias de reportagens sobre as praias da Zona Sul em que mulheres são fotografadas em momentos de aparente felicidade. Todas as fotografias foram tiradas no período do dia e estão verticalizadas. Em todas delas o elemento central é uma mulher de biquíni e em apenas uma delas a mulher não está sozinha.

As imagens A e B são de uma mesma reportagem publicada em 15 de novembro de 1972 e intitulada “*Em tempo de verão*”. O texto foi assinado por Ubiratan de Lemos e as fotografias por Fernando Seixas, Nelson Santos e Masaomi Mochizuki. A fotografia B abre a reportagem e retrata uma mulher saindo do mar, depois de um mergulho. A mulher está sorrindo e correndo em direção ao fotógrafo. A fotografia está em plano geral e é acompanhada pelo texto: “Para muitos, o melhor da praia é o sol vivificante. Para outros, o gostoso é o talco fino da areia. Mas os que sabem das coisas não vacilam: praia, sem mulher, não vale nada”. A fotografia A da série, em plano americano, também retrata uma mulher sorrindo e com a cabeça para cima, como se estivesse gargalhando. Ao fundo podem ser identificadas outras pessoas, inclusive homens, mas que não estão interagindo com a mulher.

A imagem C, em plano médio, também retrata uma mulher sorrindo. O texto que acompanha a fotografia anuncia:

[...] Eis o verão! E fez-se a luz. Os raios do sol soam como um toque de clarim, anunciando a alvorada. Vamos todos para a praia. Então, o Rio desemboca no mar. É o início da festa. A dança de cores que emanam dos biquínis reflete com fidelidade a maravilha que é este festival. E é em meio a esse caleidoscópio que Sua Majestade, A Mulher, impera, usando de todas as prerrogativas que sua constituição física lhe confere. Se, nas outras estações, o Rio já se firmou como uma das mais bonitas cidades do mundo, mercê de sua bem acidentada topografia, no verão, então, graças à graça da mulher carioca, que emoldura com a sua anatomia sinuosa, este

⁴³ Ocorrências das fotografias no nosso levantamento: A: T01.0932, B: T01.0929, C: T01.0994, D: T01.0945, E: T01.0948

magnífico quadro pintado pela natureza. [...] Quando Deus inventou a mulher e o homem o biquíni, o útil juntou-se ao agradável e a praia os consagrou para o bem e felicidade geral dos homens. O biquíni está para a mulher, assim como a mulher está para a praia. Um não pode viver sem o outro. Nem o homem sem os dois. O resto é figuração. Daí a importância do verão na vida do carioca, que não distingue raça nem cor. Isso, muito antes da Lei Afonso Arinos. Nas praias do Rio, da zona norte à zona sul, os direitos são iguais: a entrada é franca, não paga pedágio, o sol não cobra imposto, enfim, cada um faz o que quiser: toma banho de mar, se afoga, se salva, toma refrigerante, sorvete, paquera, é paquerado e etc, e tal. Assim é, se lhe parece, o verão carioca, quando o Rio se encontra com o mar. (O CRUZEIRO, 15/11/1972)

Outra vez há um grande apelo com a mulher nas praias cariocas, como se fosse um elemento que ornamenta a praia. A imagem D é a única em nossa série em que duas mulheres aparecem como elementos centrais. Essa fotografia também está em plano americano e as duas figuras femininas parecem estar conversando, interagindo uma com a outra. O texto acompanha a imagem e destaca mais uma vez, em tom erótico, a figura feminina nas praias cariocas:

No primeiro domingo deste dezembro, o sol acordou mais cedo, despertando com seu imenso clarão, todas as belas – e as feras – que compõem a paisagem da Guanabara. Naquela radiante manhã, ninguém ficou quieto. Nem o velho, nem o mar. Este, então, espumava felicidade, com a aproximação daquela por quem os sinos dobram em aleluia: a mulher carioca. Copacabana – a princesinha do mar e do poeta – reverenciou suas rainhas e seus súditos com um calor há muito não sentido. Arpoador, Castelinho, Ipanema e Leblon juntaram-se a Copacabana e, em coro, entoaram o concerto para o Verão. Até os pequeninos grãos de areia cresceram de contentamento, ao acolherem em sua superfície o que de melhor o Artista esculpiu na face da Terra: a mulher. E quando a mulher é carioca, com jeito e trejeitos, balanços e requebros de carioca, envergonhado, com aquele garbo feminino, um biquíni sem etiqueta – porque os biquínis de hoje não têm lugar para etiquetas – aí é que os grãos de areia crescem. Se ficar comprovado que, realmente, existiram e existirão outras encarnações, comprovado também ficará que eu, um pobre sonhador, na encarnação passada, não passava de outra coisa senão de um pequenino grão de areia. E que eu também fui crescendo, crescendo... (O CRUZEIRO, 19/12/1973)

O texto da reportagem intitulada “De repente neste verão” é assinado por Orlando Rocha e as fotografias são de Masaomi Mochizuki. Há uma clara conotação sexual nas últimas frases do autor, que também trata a figura

feminina como um elemento que está ornando a paisagem das praias cariocas, embelezando aquele espaço.

A imagem E, última da nossa série, retrata uma mulher ao centro da fotografia, caminhando pelas areias da praia. Embora possam ser identificados alguns homens em outros planos da imagem, a figura central é a mulher. A fotografia está em plano geral e mostra a mulher sorrindo e caminhando pela praia, em um momento de lazer. A imagem é acompanhada pela legenda: “Naquele domingo o mar não estava pra peixes. Contudo, estava assim de pescadores” (O CRUZEIRO, 19/12/1973). A imagem pertence à mesma reportagem da fotografia D, exceto a imagem que abre a revista, todas as outras retratam mulheres como elemento principal das fotografias.

Figura 38: Série – um hedonismo balneário



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

O destaque para os corpos femininos, como vimos nas análises das imagens da revista *O Cruzeiro*, buscam mostrar um Rio de Janeiro sensual e disponível. A dimensão sexual é explicitada como um tipo de discurso e ajudou a consolidar o imaginário da mulher brasileira – e mais uma vez, carioca. Esse não é o único discurso e talvez não seja o mais dominante, principalmente quando comparamos com os dias atuais. Mas, sem dúvidas, possui um relevante aspecto na construção dos imaginários sobre as praias cariocas e sobre as mulheres brasileiras, especialmente as brancas, jovens e de classes mais abastadas.

5.2 “Cariocas nascem craques”: associação entre corpos masculinos, músculos e esportes

O avançar do século XX significou também uma crescente perturbação na lógica masculina. Um número cada vez maior de mulheres ia em direção ao espaço público e aos mercados de trabalho que se abriram para elas. A identidade masculina, ao longo do referido século, foi marcada por imagens diferentes de um modelo de masculinidade do final do século XIX. O modelo do século XX estava calcado nos valores burgueses de honra e reputação (KLANOVICZ, 2017). Era uma tentativa de mostrar aos outros homens da sociedade quais atitudes deveriam ser seguidas.

Nesse período, também era pouco comum encontrar publicações textuais destinadas para o público masculino, que tentasse resolver, por exemplo, problemas amorosos, culturais, sociais ou financeiros. Por esse caráter, talvez, a revista *O Cruzeiro* tenha se apresentado mais como uma publicação voltada para o grupo feminino do que para o masculino. Por outro lado, os homens apareciam com certa frequência em muitas imagens nas páginas da revista. Como aponta Klanovicz (2017), constituiu-se uma espécie de esfera representativa de suas masculinidades nas páginas da revista.

No nosso acervo da tese, a figura masculina nas praias cariocas aparece quase sempre praticando alguma atividade física ou em alguns anúncios que se relacionavam com a boa imagem corporal e pessoal do homem. A construção de uma boa aparência masculina estava diretamente relacionada à prática de atividades físicas nas areias das praias cariocas.

Sennet (1998, p. 25) trata da vontade de expressar a nossa personalidade e aparência como uma maneira de autenticação do trato social. A preocupação principal desde a construção do homem moderno “é primeiramente um desejo de se autenticar enquanto ator social por meio de suas qualidades pessoais. O que torna uma ação boa (isto é, autêntica) é a personalidade daquele que nelas se engajam, e não a ação em si mesma”. Isso está relacionado à boa representação da cena moderna nas cidades.

As imagens da tese indicam um caminho que coloca em destaque e reforça a constituição de uma virilidade física do homem, sendo este um parâmetro de masculinidade para a época. Outras vezes, como veremos mais adiante, as figuras masculinas fora do padrão de virilidade, eram acompanhadas por legendas um tanto debochadas.

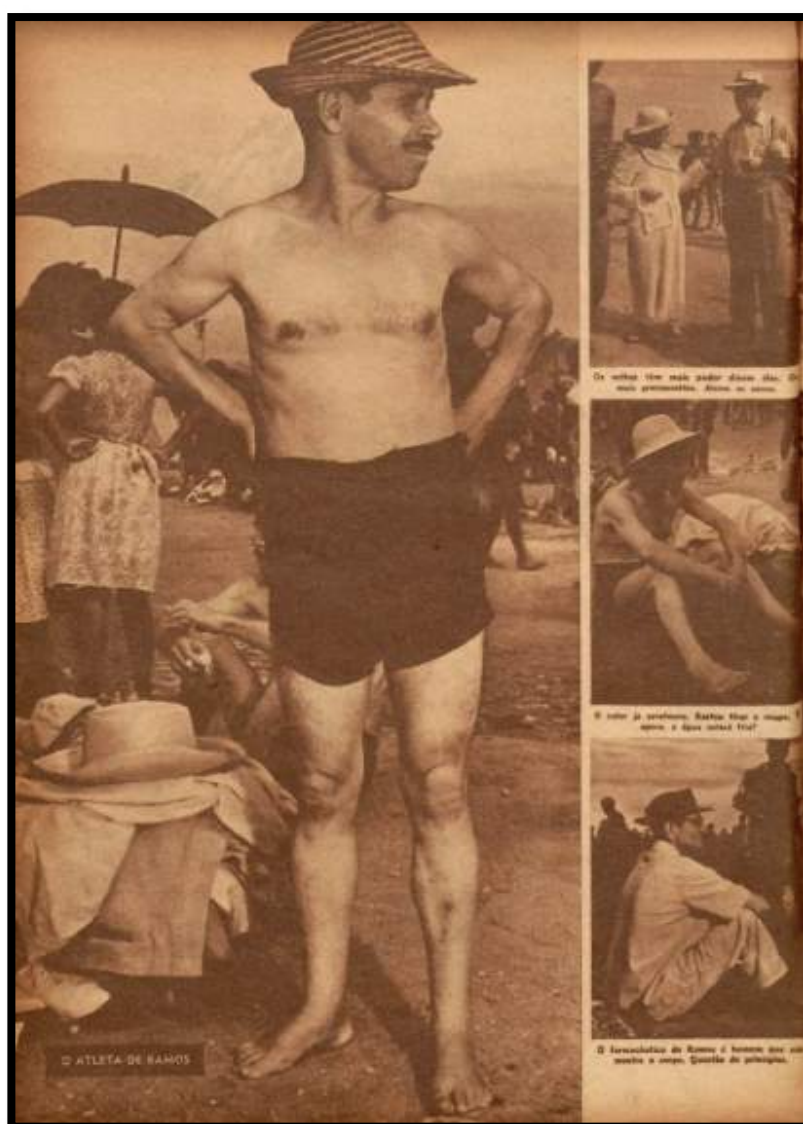
Enquanto os corpos femininos apareceram quase sempre compondo e ornando a paisagem balneária, os masculinos demonstravam força, virilidade e masculinidade. As mulheres estavam quase sempre em momentos de fruição. Os homens estavam realizando alguma atividade física coletiva ou praticando algum exercício individual nas praias. A maneira como os valores são construídos, colocando em relação o corpo e a praia, é completamente distinta. É, como aponta Klanovicz (2017), uma forma de fazer a manutenção das fronteiras sexuais entre o feminino e o masculino.

Muito embora as questões entre saúde e os banhos de mar já tivessem sido superadas no século XIX e, no século XX, as praias tivessem rumado para outros sentidos, vinculados ao lazer, o apelo da figura masculina nas praias ainda era parcialmente voltado para a manutenção da saúde física. No século XX, a ciência estava legitimada a falar sobre a relação entre corpo, saúde e práticas de atividades físicas (FLORES, 2000). Para a autora, o esporte era um elemento importante e central na criação de uma disciplina em busca de formas perfeitas para um Estado perfeito. Nesse cenário, os discursos da revista enfatizavam os benefícios da prática de atividades físicas para o corpo e para a saúde de um indivíduo ativo. Eram as novas medidas “de higiene destinadas a combater o ócio e os hábitos mundanos da juventude” (SCHPUN, 1999, p. 34).

De maneira geral, a exposição dos corpos masculinos nas praias cariocas a partir do nosso acervo de imagens era uma questão de esporte. Um elemento importante observado na série de imagens levantadas e trazidas para análise na tese é a diferença dos corpos a partir da praia em que esse indivíduo estava sendo fotografado. Há uma notável discrepância entre as figuras masculinas nas praias da Zona Sul, principalmente Copacabana, Arpoador, Leblon e Ipanema, e a praia de Ramos, na Zona Norte.

Nas praias da Zona Sul encontramos certo padrão das figuras masculinas, praticando esportes coletivos ou se exercitando nas areias ou no calçadão da praia. O arquétipo era de homens novos, fortes, definidos e musculosos. Enquanto as figuras masculinas que foram fotografadas na praia de Ramos, tinham outro arquétipo: geralmente homens mais velhos, que não estavam em forma segundo os padrões estéticos da época e que não praticavam atividades físicas nas areias de Ramos (Figura 39⁴⁴).

Figura 39: “O atleta de Ramos”



Fonte: O Cruzeiro, 24/01/1948.

⁴⁴ Número da ocorrência no levantamento: T01.0393.

A imagem acima é o recorte de uma página da reportagem sobre a praia de Ramos, publicada no número 14 (ano 20) da revista *O Cruzeiro*, em 24 de janeiro de 1948. A reportagem fotográfica de Jean Manzon fala sobre as diferenças entre o público das praias de Ramos e da Zona Sul, e destaca que “no subúrbio, é o povo que vai a praia, é o operário, são as mocinhas do subúrbio à busca de melhores cores. [...] É o homem do botequim, o motorneiro, é o pequeno funcionário” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 12).

A fotografia do homem à esquerda é verticalizada e ocupa quase toda página da revista, tem a irônica legenda “O atleta de Ramos”. A imagem de um senhor com mais idade, sem trajes esportivos, usando um chapéu de passeio, não praticando nenhuma atividade física e sem porte atlético, configura a ironia utilizada por Jean Manzon e evidencia a diferença dos outros homens atletas que praticavam suas atividades físicas nas areias de Copacabana nesse mesmo período.

Alguns elementos coadjuvantes podem ser observados na fotografia, como um guarda-sol, chapéus e toalhas de praia. Alguns outros personagens femininos e masculinos figuram nas areias, ao fundo do elemento central, que é o homem de chapéu. A foto foi tirada no período do dia, em um domingo ensolarado. O “atleta de Ramos” não é abraçado pelo estereótipo musculoso dos frequentadores das praias da Zona Sul. Essa fotografia contrasta com as outras selecionadas para análise, como veremos a seguir.

A Figura 40, intitulada *Série – músculos em revista*⁴⁵ é composta por cinco fotografias diferentes, todas elas de reportagens sobre as praias da Zona Sul do Rio de Janeiro. As fotografias B, C, D e E estão na horizontal. Apenas a fotografia A está verticalizada⁴⁶. Todas as fotografias foram tiradas no período do dia e possuem um primeiro plano e um plano de fundo.

⁴⁵ Número da ocorrência no levantamento: A: T0307, B: T0080, C: T0084, D: T0084, E: T0059.

⁴⁶ A seta desenhada na figura a foi feita sobre o exemplar original da Revista *O Cruzeiro*, depositada na Fundação Biblioteca Nacional e, por isso, aparece na fotografia.

Figura 40: Série - músculos em revista



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

A fotografia A está ilustrando dois homens praticando atividades físicas em cima de um banco na orla da praia de Copacabana e acompanha a legenda: “Há coisas características na grande praia. Os atletas pululam sobre as areias até nos bancos de cimento, em exhibições dignas de estádios.” O título da reportagem assinada por Joel Silveira é: Copacabana – janela para o mar. O texto que abre a reportagem aponta:

A verdade é que tudo ali existe em função da praia. Foi a praia que valorizou o chão, foi a praia que ergueu os arranha-céus. A praia que criou aquela mocinha queimada e de óculos escuros, que fala uma linguagem que você, da Tijuca ou de Madureira, não compreenderá. Bares, cassinos, homens de terras distantes, americanos alegres e austríacos enterrados na sua melancolia, casas de antiguidades, atletas e “cock-tails” – tudo isso é fruto da praia. Prestem bem atenção a essa coisa importante: a Tijuca também é lugar onde se mora e se vive, mas lá o chão não está espetado de arranha-céus e penso que a bebida que ainda hoje predomina, nas suas casas e nos seus bares, é o bom e amigo leite doméstico.

Há vinte anos atrás, por exemplo, por quaisquer quinhentos mil réis, era adquirido um terreno em Copacabana. Somente areia e essa grama rala que cresce sobre a praia. O mar não passava de uma promessa, como o céu, como o marulhar e como o sol. Mas naquele tempo, mar, sol e céu eram coisas baratas, artigos “sloper”. A montanha isolava Copacabana da cidade, fazia dela um mundo estranho, distante, um mundo que apenas prometia. (O CRUZEIRO, 29 de mai. 1943, p. 15).

Há uma explícita valorização do espaço litorâneo da cidade, já que o valor atribuído à Copacabana se relaciona diretamente com a existência da praia. O autor da reportagem relata que tudo existe em função da praia, que o desenvolvimento de Copacabana, antes um arrabalde quase inacessível, se deu fundamentalmente pela existência e valorização dos ares marítimos. Como explicamos no primeiro capítulo da tese, ainda no final do século XIX, o médico Figueiredo Magalhães foi um dos que viram em Copacabana uma boa fonte de lucros. Atento às recomendações sanitárias que vinham se popularizando na Europa naquele mesmo século e ainda sem muitas perspectivas de tornar Copacabana um balneário carioca, os investimentos no arrabalde foram voltados para o tratamento de pessoas convalescentes.

No texto da mencionada reportagem, há também uma clara distinção entre os moradores e frequentadores das praias de Copacabana e os

moradores e frequentadores dos bairros da Tijuca e de Madureira. Assim como apresentou longamente em sua pesquisa sobre o processo de gestação das representações que atribuem à Zona Sul do Rio de Janeiro um status peculiar na cartografia simbólica da cidade, O'Donnell (2013) destaca a importância social da criação dessas representações e distinções com outros lugares da cidade. Inicialmente essa diferenciação foi marcada entre o subúrbio e os bairros da Zona Sul. Anos mais tarde, em meados do século XX, esse processo marchou para os bairros litorâneos da Zona Oeste, que também se identificam e são identificados de outras maneiras, marcando distinções com o subúrbio e a com a própria Zona Sul da cidade.

Com alguma sutileza, o texto da reportagem marca essa diferença, explicitando que os moradores da Tijuca ou de Madureira não compreenderão a linguagem falada na praia de Copacabana pela “mocinha queimada de óculos escuros” que frequenta aquele lugar (O CRUZEIRO, 29 de mai. 1943, p. 15). Com destreza simbólica, o autor do texto mostra que os moradores dos outros bairros não possuem os mesmos códigos sociais dos moradores de Copacabana. É como se as pessoas estivessem fora daquele lugar e não entendessem aqueles hábitos, códigos e linguagens.

Há também no texto uma grande marcação dos elementos que representam esse estilo de vida cosmopolita de Copacabana: “Bares, cassinos, homens de terras distantes, americanos alegres e austríacos enterrados na sua melancolia, casas de antiguidades, atletas e “*cock-tails*” – tudo isso é fruto da praia” (O CRUZEIRO, 29 de mai. 1943, p. 15). Dentre os elementos destacados como fruto da praia está o atleta, ou seja, o homem praticante de qualquer tipo de esporte. É essa figura que está, também, atrelada aos frequentadores da praia de Copacabana e, como analisamos em nosso levantamento, a figura masculina está repetidamente figurada com a imagem do homem atlético.

A fotografia B da mesma série (Figura 40), retrata como central a figura de dois homens praticando vôlei nas areias em frente ao Praia Clube, em Copacabana. A fotografia foi retirada de um concurso de instantâneos

fotográficos, sempre realizados pela revista nos primeiros anos de sua divulgação, e publicada no dia 14 de novembro de 1931⁴⁷. A fotografia foi tirada durante o dia e acompanha a legenda “Volley Ball no Praia Clube” e é de autoria de Júlio Brandão Neves. No plano de fundo da fotografia, diversos homens acompanham a partida de vôlei. Estes não vestem roupas de banho ou de praia, pelo contrário, estão de paletó e chapéu, roupas sociais utilizadas naquela época. Observam, de longe, a competição.

A fotografia C da série foi tirada de uma reportagem intitulada “Praias”, publicada em 23 de janeiro de 1932 em O Cruzeiro (página 4 da revista). No primeiro plano da fotografia figura um grupo de pessoas: homens, mulheres e crianças; e todos vestem roupas de banho. O homem em destaque do lado esquerdo da fotografia está usando luvas de boxe, associando mais uma vez a figura masculina na praia à prática de atividades físicas e a valorização desse simbolismo.

A fotografia D faz parte da mesma reportagem publicada em 23 de janeiro de 1932. Nesta, figuram em grande maioria homens e rapazes, que formam, no segundo plano, um semicírculo para assistir à luta de boxe entre dois meninos. Três mulheres podem ser observadas na imagem, também ao fundo assistindo à luta. Algumas casas e um guarda-sol podem ser identificados no plano de fundo da fotografia. Essa reportagem acompanha o texto:

Com a volta do verão, povoam-se novamente as praias cariocas, com ua multidão elegante de banhistas nas águas ou nas areias brancas de Ipanema, Copacabana e Leme, um lenitivo para os esportes ao ar livre. Este anno, assistimos o advento dos pyjamas de praia, que há tempos já faziam furos nas praias da Europa e da América, notadamente Biarritz, Lido e Miami, onde a nova moda foi simultaneamente lançada. Além do registro mundano dos pyjamas, considerados hoje como indumentária de primeira necessidade, focalizamos na presente página outra novidade que são as competições esportivas de todas as espécies, patrocinadas pelos grandes Clubes Praieiros, que procuram emprestar às nossas areias ainda um pouco selvagens, novos encantos buliçosos e modernos. O box, nobre arte de auto defesa, é uma dessas novidades de sensação, como podemos verificar pelo grupo alegre de

⁴⁷ Ocorrência no levantamento: T01.0080. O Cruzeiro, 14 de nov. de 1931, p. 23.

expectadores que assiste atento e entusiasmado o combate, em frente ao Praia Clube. (O CRUZEIRO, 23 de jan. 1932, p. 4).

Outra vez os esportes, que começavam a ser praticados nas areias das praias, estão associados ao masculino, sejam crianças ou adultos. Como apresentamos no começo da tese, o hábito de frequentar a praia para o lazer e a mudança entre “tomar banho de mar” e “ir à praia”, foram estímulos para o surgimento das atividades físicas e o desenvolvimento de esportes nas areias das praias cariocas, além também do hábito do bronzamento. É nesse momento e nesse cenário que a praia se torna um lugar de permanência e não mais de passagem. Surge ali uma sociabilidade própria, com a presença de corpos *seminus* e despídos da formalidade diária.

Já em 1932, a reportagem mencionada aponta o empenho em associar a praia com a prática dos esportes e em construir uma imagem saudável dos que frequentam esse lugar. E dessa maneira nasceu a representação da relação entre masculino e os esportes nas areias das praias. A fotografia E⁴⁸ é um dos primeiros registros da revista cujo tema é evidenciado. A imagem foi extraída também de uma série de concurso de fotografias para *O Cruzeiro*, publicada em 5 de dezembro de 1931 (página 25 da revista).

A fotografia é de autoria de Eduardo P. Rangel e acompanha a legenda “Domingo na praia do Flamengo”. Tirada no período do dia, apenas figuras masculinas estão presentes na imagem. Todos estão vestindo roupas de banho. No primeiro plano à esquerda há dois homens praticando atividade física e, em volta deles, outros observam e esperam seu momento de participar também na brincadeira conhecida popularmente como “Pula Carniça”⁴⁹. No plano de fundo da fotografia é possível identificar o posto de salvamento que existia na praia do Flamengo naquela época.

A Figura 41, intitulada “Série – Os ‘gostosões’ das praias” é composta por quatro imagens de diversas reportagens e de distintos anos. Embora as

⁴⁸ Ocorrência no levantamento: T01.0059.

⁴⁹ A brincadeira consiste em enfileirar as pessoas, que vão pulando sobre as costas do companheiro parado (representando a carniça), que deve estar curvado, com as mãos nos joelhos. Após o pular o último, o jogador para na frente, esperando que os outros pulem sobre ele.

imagens estejam verticalizadas, as fotografias contidas nelas estão na horizontal e em todas figuram apenas homens praticando alguma atividade física durante o dia. A imagem A é uma das mais ilustrativas do nosso levantamento e trata-se de uma reportagem publicada em 23 de abril de 1949, cujo título chama atenção: “103 - O clube dos gostosões”. A reportagem fotográfica é também assinada por Jean Manzon. A capa da reportagem traz o seguinte texto:

Copacabana possui um singular clube praiano... Por uma curiosa iniciativa fundaram uma agremiação esportivo-amador sob o nome de 103 Praia Clube, o clube dos “gostosões”...

A origem do título vem da criação dos ônibus que servem ao bairro de Copacabana e que por suas linhas aerodinâmicas foi espirituosamente apelidado pelo carioca de “gostosão”... O Biriba, o autêntico Biriba, aquele que deu o campeonato ao Botafogo, é cria do 103...

Quando se reiniciou o tradicional e famoso campeonato de futebol na areia em Copacabana, o movimento dos clubes praianos foi enorme. Todos queriam se preparar para uma apresentação digna no reinício das suas atividades. Com a permissão para a realização de pelepas organizadas aos sábados na praia de Copacabana, a Liga de Futebol de Areia viu novamente coroados de êxito os seus esforços pelo desenvolvimento da prática do desporto nas praias.

A expectativa era grande.

Vários clubes estavam surgindo e os antigos reforçavam os seus esquadrões com os elementos novos e bem adestrados (O CRUZEIRO, 23 de abr. 1949, p. 85).

A figura B dessa mesma série faz parte dessa reportagem de Jean Manzon e traz seis fotografias dos homens jogando futebol nas areias de Copacabana. As duas últimas fotos, as localizadas no inferior da página, mostram o banho de mar que os atletas dão depois do fim da partida. Todos os jogadores do time vestem uma camisa personalizada com o nome do clube: “103”.

A figura C faz parte de uma reportagem intitulada “Os atletas da madrugada”, publicada pela revista em 13 de dezembro de 1952. O texto e as fotos são assinados por João Martins.

Ainda há quem acorde às cinco horas da manhã, em Copacabana, para ir fazer ginástica na praia – Os sobreviventes da época em que banho de mar era tomado sob receita médica e se usavam calções

compridos, continuam firmes nos velhos hábitos, procurando readquirir a forma, cada vez mais fugida, que tinham em 1920.

Em Copacabana há de tudo. Até mesmo quem acorde às cinco horas da madrugada e vá fazer ginástica na praia deserta. Esses incríveis atletas geralmente já passaram há muito pela marca dos cinquenta anos. Alguns deles estão excessivamente gordos e vão fazer exercício na esperança de perder alguns quilos de banha. Outros emagreceram de mais e procuram ver se conseguem juntar em torno dos ossos e dos músculos ressequidos um pouco da gordura que anda sobrando nos corpos alheios. E vale a pena dar-lhes uma espiada, mesmo que para isso tenha de fazer o supremo sacrifício de levantar da cama junto com o Sol, coisa que não está de acordo com a maioria dos habitantes do bairro, entre os quais se inclui o autor da reportagem... Perdidos no imenso areal vazio eles se destacam como legítimos sobreviventes daquela época em que os banhos de mar eram tomados sob receita médica, usavam-se calções compridos, camisa de meia, vastos bigodes agressivos e dizia-se que o Sol, depois das nove horas, era maléfica para a saúde. Na verdade, esses nossos heróis vão à praia em hora tão esquisita assim como os outros velhinhos vão todos os dias para a porta da Colombo: apenas por uma questão de hábito, de tradição (O CRUZEIRO, 13 de dez. 1952, p. 85).

O texto faz referência aos senhores mais velhos, fora do que era considerado “estar em forma” para a época, que vão muito cedo às areias de Copacabana para praticar atividades físicas. Na imagem da reportagem (C) estão organizadas doze fotografias horizontais de um mesmo senhor, franzino e aparentemente de mais idade, praticando alongamentos nas areias da praia. Em quase todas as fotografias ele está sozinho, voltado para o mar e sendo despercebidamente fotografado pelo repórter. Como aponta o texto, as fotografias foram tiradas bem cedo, perto das 5 horas da manhã, horário em que esses “atletas aposentados”, como são chamados na legenda, costumavam frequentar a praia para a prática de suas atividades diárias.

A figura D, última dessa série, é também a mais recente, de reportagem publicada em 3 de fevereiro de 1971. A longa reportagem intitulada “Verão 71” traz diversas fotografias das praias cariocas da Zona Sul, todas tendo como objeto central as pessoas que as frequentam. O subtítulo que destaca as páginas onde estão as duas fotografias selecionadas destaca: “O mar chega para todos. Para o surf, a lancha, a vela e para as multidões que fogem de casa para a praia”. E segue o texto:

É verdade que um terço da população do Rio desemboca na praia no pique do verão. O calor empurra o pessoal para o mar. Não há quem agüente ficar em casa para ser torrado como camarão. A praia tem o vento de leste e o mar fresco e também ajuda a limpar a alma. É uma forte opção. A criança, o velho e o povo intermediário estão com a praia, por unanimidade. O surf está lá. Com sua soberania e seu perigo. Sobre as pranchas voadoras, na crista da onda, você experimenta a maior sensação da democracia física. Você se transforma em dono do mar. Num Netuno ou numa lemanjá dominadores. O risco é se a prancha derrapar na onda e seu aguilhão (quilha) acertar a cabeça do próximo. O arpoador – onde as ondas são mais ou menos havaianas – e a ponta extrema do Recreio dos Bandeirantes funcionam como áreas de surf. O Rio já possui seus cobras – garotões que se equilibram no lombo da onda, sem desabamento. Será oportuno acrescentar que a Baía de Guanabara continua linda. Suas velas contra o céu azulão. Suas lanchas que transportam belas sofisticadas, quando não puxam os esquis do grupo de Lúcio Lodi, o mais desvairado esquiador marítimo do país. Não há dúvida de que o povo ama seu Atlântico. Se Búzios e Cabo Frio, na costa fluminense, inscrevem suas virtudes no verão, a ZS carioca tira de letra a preferência. Alguém já anunciou esta definição: “Guarujá é uma praia que fica ao Sul de Copacabana.” (O CRUZEIRO, 13 de dez. 1952, p. 85)

O texto acompanha uma parte da reportagem que fala sobre os esportes praticados nas praias da Zona Sul – e, também, da Zona Oeste – da cidade. As fotografias da imagem ilustram dois jovens meninos: o da imagem superior da página está surfando, em cima de uma prancha em alguma praia da Zona Sul; o da imagem inferior está dentro de uma pequena lancha, talvez passeando pela Baía de Guanabara, como apontado no texto como uma das práticas da época. Ambas as fotografias foram tiradas durante o dia e fazem parte de uma reportagem grande da revista sobre os hábitos do verão. Vale destacar que boa parte da reportagem, em sua abertura, várias páginas são dedicadas aos corpos femininos e à moda dos biquínis nas praias.

O balneário se configurou como um lugar privilegiado para a exibição do corpo, como vimos anteriormente no subcapítulo que tratamos da imagem das mulheres na revista. As praias da Zona Sul do Rio de Janeiro se confirmaram como lugares de convivência e efervescências sociais, de práticas de esportes, proporcionadas pelo desvelamento dos corpos. A praia se tornou também um lugar para ver e ser visto, oferecendo ao olhar público os contornos antes apenas imaginados. Essa realidade não foi construída sem tensões. No começo da tese trouxemos uma charge que falava exatamente desses desencontros e desarranjos sociais quando as pessoas começaram a se despir

nas praias, de acordo com os padrões europeus de civilidade. Novos modos de estar na cidade foram sendo inaugurados aos poucos, dentre eles o de estar em exibição, mostrando os corpos atléticos nas areias das praias.

No próximo subcapítulo, seguiremos falando dos indivíduos e, mais especificamente, da maneira como o imaginário sobre essas pessoas estava relacionado ao lugar onde elas frequentavam. No nosso caso, a praia que elas ocupavam.

Figura 41: Série – Os ‘gostosões’ das praias



Fonte: O Cruzeiro (BND), várias datas (ver: tabela do levantamento).

5.3 “Cariocas tem sotaques”: Ramos, a praia do suburbano

Geralmente quando pensamos nos espaços balneários da cidade do Rio de Janeiro, imaginamos as praias de Copacabana, Ipanema e Leblon. Copacabana, por exemplo, se tornou um ícone nacional e internacional de balnearização e lugar mais retratado da cidade. No entanto, outra praia bem distante das retratadas nos cartões postais cariocas, fez parte desse processo de balnearização da cidade, mas com uma especificidade explícita: ser a praia dos suburbanos cariocas. Como aponta Chrysostomo (2019, p. 2), a proposta de inserir um local do subúrbio nesse modelo de balnearização da cidade se inscreve no longo processo de democratização do lazer para as classes mais populares.

Assim como a própria revista *O Cruzeiro*, alinhada às expectativas de Getúlio Vargas – como apresentamos no segundo capítulo da tese, Chrysostomo (2019, p.2) afirma que o sucesso da praia de Ramos serviu também para popularizar o presidente e suas controversas políticas de proteção aos pobres. Para a autora:

“Pão e circo”: fórmula bastante empregada pelos governantes para controlar emoções, iria trazer à tona dois conflitantes projetos de uso e ocupação da região da Leopoldina: o primeiro ligado à integração ao centro da cidade do Rio de Janeiro através da implantação de novas vias, incremento dos meios de transporte de massa e instalação de indústrias. Acopladas à vontade de transformar a região em espaço de balnearização da praia de Ramos. O segundo, relacionava-se à ideia de inventar atrativos turísticos nos confins suburbanos, impulsionando o consumo de novos bens e o cultivo de novos hábitos. Nessa medida, a “infantilização” do banho, ancorada pela forte propaganda governamental e da mídia carioca, buscava transformar a praia de Ramos em mais uma das modas lançadas na capital. Revelando-se, portanto, como um projeto de caráter cultural, este desejo apoiava-se numa estratégia de convencimento da população de que o banho em Ramos representava uma imersão no pitoresco subúrbio carioca, devendo ser tão apreciado como o realizado na Zona Sul.

A difusão do lazer para o subúrbio e para as classes mais populares está associada às políticas nacionalistas e populares, tal como foram pensadas por Getúlio Vargas a partir dos anos de 1930. Nesse sentido, a balnearização da praia de Ramos ilustra algumas outras facetas, criando novos lugares e

objetos de consumo e disseminando algumas formas de apropriação do espaço até então vazio.

A história dos banhos na praia de Ramos teve início antes mesmo da consolidação desse lugar como um balneário da cidade do Rio de Janeiro. Ainda nos primeiros anos do século XX, sob a influência do antigo discurso do banho de mar como uma receita médica e terapêutica, foi deflagrada tal prática na praia de Ramos.

Essa região era frequentada por famílias que desciam de trem da serra de Petrópolis para usufruírem da diagnosticada capacidade terapêutica das areias monazíticas. Partindo das diferentes cidades em direção ao recôncavo de Inhaúma, que abrigava à época várias praias, foi, então, o deslocamento (por meio da Estrada de Ferro Norte e Leopoldina) que se instaurou o hábito dos moradores em se banhar nas diversas praias da região, como a de Inhaúma, Ponta da Pedra e Apicú (Ramos). (CHRYSOSTOMO, 2019, p. 3)

Ramos era conhecida anteriormente pelos nomes Apicú, Mariangu ou Maria Angu, como ficou registrado nos mapas da cidade do final do século XIX e começo do século XX. A primeira ocupação de caráter urbano da região foi a inauguração da estação ferroviária de Ramos, que surgiu a partir de um acordo entre o capitão Luiz José Fonseca Ramos e os acionistas da Estrada de Ferro Norte, liberando suas terras para a passagem da ferrovia. Essa é considerada uma das primeiras ocupações de caráter urbano na região. Esse movimento estava em sintonia com os ares de progresso e modernidade planejados para a então capital federal.

Como esclarece a autora,

Deixando de lado os antigos balneários do centro e da região Leopoldina, que estavam desaparecendo, um outro aspecto que caracterizou as reformas Passos/Rodrigues Alves foi a crescente demanda por moradia de caráter urbano nas freguesias rurais; movimento acompanhado pelo fracionamento dos sítios e chácaras. Tal processo explica a alienação das terras pertencentes à família Ramos, da qual fazia parte o sítio Bambu, vendido à família Teixeira Ribeiro; responsável pela abertura de ruas, calçamento, iluminação e esgotamento. Por volta de 1910, alguns dos terrenos ainda não ocupados e cuja propriedade era de um dos herdeiros da antiga Fazenda Nossa Senhora do Bonsucesso, passaram a integrar o patrimônio do coronel Joaquim Vieira Ferreira e sua esposa Ruth

Ferreira. É dessa família, composta de médicos, advogados e militares, ou seja, de membros da elite local, que nasce alguns anos mais tarde a ideia de replicar o modelo “Beira Mar” no subúrbio. (CHRYSOSTOMO, 2019, p. 5)

As transformações urbanas nessa região começaram a produzir um novo cenário no Rio de Janeiro, que se aproximou cada vez mais da chamada “vocação balneária” da cidade. Como vimos, as primeiras décadas do século XX foram palco de inúmeras transformações na orla atlântica dos bairros da Zona Sul. Mas é durante o Estado Novo e os anos que antecederam a chegada de Getúlio Vargas ao poder, que o significado da praia adquiriu outra dimensão cultural e política (CHRYSOSTOMO, 2019) e fortaleceu a identidade carioca vinculada às praias.

Por um lado, essas transformações da costa litorânea da cidade, principalmente dos bairros da Zona Sul e da região central, foram impulsionadas por planos e investimentos públicos (RIBEIRO, 2019). Por outro, podemos afirmar que no caso da construção de um espaço de lazer na região de Ramos e na transformação desse lugar em um balneário voltado para as classes mais baixas, foi uma invenção dos grandes proprietários de terra dessa região (CHRYSOSTOMO, 2019).

Na chegada dos anos de 1930, a região do bairro de Ramos e adjacências era caracterizada por um perfil de moradores de baixa renda, em grande maioria eram os proletários trabalhadores das indústrias. O próprio bairro tinha ainda um aspecto industrial muito forte. Chrysostomo (2019, p. 8) afirma que

É nesse ambiente social, cultural e econômico [...] que o Coronel Vieira Ferreira lançava a proposta de criar um loteamento com acesso à praia de Ramos. Detentor de grande gleba de terras, que se estendiam até a praia, ou seja, com capacidade de poder intervir na mudança espacial da região, sua proposta privada de ocupação da orla circunscreve-se ao modelo de balnearização pensado para a Zona Sul. Tal perspectiva estava presente em seu plano de urbanização que previa a venda de lotes nas margens da Avenida Guanabara, paralela à praia de Ramos, imitando a existente em Copacabana. A fama de seu empreendimento concorreu à época para que a imprensa apelidasse a Villa Gerson de “Copacabana dos Subúrbios”.

No trabalho de Chrysostomo (2019), a autora apresenta como essas transformações eram apreciadas para o progresso da região. O projeto urbano de loteamento e renovação da área valorizavam os aspectos moderno e praiano de Ramos. O empreendimento privado do Coronel Vieira Ferreira anunciava também a construção de outros elementos fundamentais para a consolidação dos balneários da época: a construção dos clubes e dos cassinos, tal qual existiam na Zona Sul da cidade, principalmente em Copacabana. As propagandas dos novos empreendimentos também valorizavam esses aspectos voltados para um modelo de consumo, lazer e estilo de vida balneário.

Associando a ideia de ócio à de divertimento, as propagandas da área ao colocarem em primeiro plano a praia, os banhistas, os imóveis e as intervenções urbanas, isto é, ao construir um cenário “encantado” da paisagem de Ramos, ilustram como o local era uma fonte de possibilidades: a) para repouso e apreciação da pitoresca paisagem da praia de Ramos e à prática de bronzamento (estimulada pelos médicos e integrada à moda naquele contexto); b) para apreciar as oportunidades de diversão (as festividades, os clubes, e os famosos banhos de fantasia promovidos durante o carnaval); c) e, finalmente, para investir em novas moradias (a proximidade com o mar, o acesso aos meios de transporte e a ligação rápida ao centro da cidade constituíram-se em atrativos consideráveis). (CHRYSOSTOMO, 2019, p. 9-10)

Muito embora tenha existido um grande esforço do Coronel Vieira Ferreira para tornar possível seu projeto, o plano não teve aprovação final necessária para dar continuidade. Na década de 1937 o então prefeito da cidade, Henrique Dodsworth, reprovou a continuidade do projeto. Os terrenos na beira mar eram de propriedade da Marinha e foram resgatados para a construção da Avenida Brasil. Também havia uma questão financeira importante e o Coronel Vieira Ferreira não possuía mais recursos que dessem possibilidade para a continuidade do seu projeto. A própria figura do Coronel Vieira Ferreira se apaga ao longo do tempo, dando espaço a outros indivíduos ligados ao então presidente Getúlio Vargas.

A construção da Avenida Brasil foi um elemento fundamental para a consolidação do balneário de Ramos. As figuras que passaram então a frequentar e construir aquele balneário eram principalmente das classes médias e populares: trabalhadores das indústrias que se instalaram ao longo da Avenida e que moravam nas proximidades daquela praia. Como afirma Chrysostomo (2019, p. 17), a ideia de transformar Ramos em um balneário estava profundamente associada aos processos de construção de uma identidade suburbana. Era uma construção em contraste ao estilo de vida cosmopolita dos frequentadores das praias da Zona Sul da cidade. E assim também se construiu o imaginário sobre a praia de Ramos.

A consolidação de Ramos como um balneário da cidade, voltado para as classes mais populares que moravam próximos ao bairro, se efetivou em 1948. Mas não tardou para que o processo de industrialização da região fosse negativamente impactado pelas redes de comunicação e manutenção de outros processos de especulação imobiliária. Nesse cenário, a região viu um grande crescimento e expansão das favelas nas margens da Avenida Brasil e no próprio balneário de Ramos. Como conclui Chrysostomo (2019, p. 17),

[...] se antes, a paisagem vendida como “pitoresca” serviu para naturalizar os conflitos de poder, criando uma imagem de balnearização que angariou muitos adeptos, as dinâmicas de produção do espaço urbano logo produziram novas imagens. [...] Nesse jogo de representações e ações, embora a praia de Ramos continuasse a ser opção de lazer popular, a ideia de transformar o bairro de Ramos em uma espécie de Copacabana dos subúrbios foi abandonada.

Embora a ideia de construir uma Copacabana nos bairros suburbanos tivesse sido abandonada, como aponta a autora em seus estudos, a ocupação da praia de Ramos pelas classes mais populares cresceu ao longo das décadas durante o século XX. Os projetos urbanísticos não estavam mais alinhados ao que o bairro e as redondezas da praia haviam se transformado a partir da segunda metade do referido século. A ideia de uma praia em

consonância com a identidade suburbana se solidificou ao longo dos anos e permanece no imaginário carioca até os dias atuais.

No levantamento da tese, a praia de Ramos foi objeto de exposição poucas vezes trazido para as páginas da revista *O Cruzeiro*. Duas reportagens completas sobre os banhos de mar e a frequência da Praia de Ramos foram trazidas para análise. É importante destacar de antemão que, muito embora tenham sido realizadas em décadas diferentes, a estética das fotografias e das referências ao longo do texto da reportagem ainda são muito parecidas.

As próximas cinco páginas apresentam nossa série de imagens retiradas das reportagens da Revista *O Cruzeiro* sobre a praia de Ramos. As quatro primeiras imagens (Figuras 42, 43, 44, 45), são referentes a uma reportagem publicada no número 14 (ano 20) da revista, em 24 de janeiro de 1948. A reportagem intitulada “Ramos - 40 ° à sombra” foi a primeira no levantamento da tese sobre os usos da praia de Ramos e ocupava 8 páginas inteiras da revista, trazendo imagens com legendas e um texto jornalístico sobre a rotina da praia nos finais de semana. A reportagem fotográfica foi assinada por Jean Manzon, fotógrafo e cineasta francês radicado no Brasil e responsável por uma revolução no fotojornalismo brasileiro, a partir de suas fotorreportagens publicadas na Revista *O Cruzeiro*.

A quinta imagem (Figura 46), é também uma série de imagens retiradas de uma reportagem publicada no número 26 (ano 39) da revista, em 25 de março de 1967, quase 20 anos depois da primeira reportagem sobre a praia de Ramos. Essa reportagem tem o texto assinado por Antônio Machado e as fotografias por Walter Luiz e ocupa seis páginas da revista no total.

A fotografia que abre a reportagem (imagem A⁵⁰ da Figura 44) retrata um cachorro sem raça definida (SRD) sentado na areia e aparentemente um pouco molhado, ao lado de roupas, sapatos e objetos de quem o repórter aponta como seus donos. A fotografia abre a reportagem, ocupa toda a folha

⁵⁰ Número de registro T01.0391 do levantamento.

esquerda da página 8 da revista e acompanha a legenda: O vira-lata⁵¹ guarda a roupa da família. A fotografia, no sentido vertical, está em plano geral e tem como objeto central o cachorro e alguns objetos pessoais de seus possíveis tutores. A fotografia foi tirada durante o dia, quando a reportagem foi realizada e, geralmente, quando a maioria das pessoas usa os espaços da praia para o lazer.

Um aspecto interessante é a imagem de um cão sem raça definida tomar toda a primeira página da reportagem. Em nenhuma das ocorrências do levantamento que apresentam as praias da Zona Sul e da Zona Oeste, um cachorro sem raça aparece ilustrando esses lugares. Há, portanto, uma alusão do que aquele animal representa, o lugar onde está (no caso, Ramos) e, conseqüentemente, as pessoas que também frequentam aquele lugar.

A referência ao cão sem raça, nos remete às análises feitas por Shommer (2012) sobre o termo cunhado na crônica de Nelson Rodrigues em 1958. Rodrigues tornou famosa a expressão “complexo de vira-lata”, em que detectou uma tendência do brasileiro de se inferiorizar diante do que é proveniente de outras nações. Para Souza (2013, p. 2),

Nelson Rodrigues inventa a expressão “complexo de vira-lata” num contexto específico, o da viagem da seleção brasileira para a disputa da copa do mundo de 1958, na Suécia. Na crônica em que inventa a expressão, o autor declara que o sentimento do brasileiro, em relação àquela copa, oscilava entre o pessimismo e a esperança, e que a causa desse comportamento estaria no tal complexo. Diz ele: “por ‘complexo de vira-latas’ entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo”.

Muito embora a expressão tenha sido inaugurada oficialmente 10 anos depois da reportagem da praia de Ramos na revista *O Cruzeiro*, a imagem de um cão sem raça representava, já em 1948, algo que é inferior. É o símbolo daquilo que não tem pureza na origem, que é menor, rebaixado e insignificante. Por isso, os cães sem raça definida representam o chamado

⁵¹ Vila-lata é a maneira como denominamos os cães e gatos sem raça definida (SRD). O termo vira-lata vem do fato de muitos desses animais, quando abandonados, serem vistos revirando lixeiras e sacolas de resíduos em procura de algum tipo de alimento.

“complexo de vira-lata”, esse sentimento depreciativo e de inferioridade em relação ao outro. No caso da expressão exposta por Nelson Rodrigues, ele tratava diretamente do sentimento de inferioridade referente ao estrangeiro. Para a nossa tese, a interpretação é concebida em um sentido mais amplo, de um *outro* de maneira mais geral. O cão sem raça faz referência ao povo suburbano, os trabalhadores da indústria e as classes mais baixas; em contrapartida ao próprio estilo de vida cosmopolita dos frequentadores das praias da Zona Sul.

Na série “Os homens de Ramos” (Figura 42)⁵², trouxemos diversos recortes da mesma reportagem mencionada anteriormente. As fotografias A, B e C estão no sentido vertical e no plano geral, apenas uma delas está em plano americano. A fotografia D é a única horizontalizada e também está em plano americano. Homens sozinhos figuram como elemento central nas fotografias A, B e D. Na fotografia C, as pessoas retratadas são crianças acompanhadas de alguns adultos. Todas as fotografias, como as anteriores, foram tiradas durante o dia e retratam atividades como brincadeiras de crianças nas areias da praia e o bronzamento. O mais interessante nessa última atividade é ser uma figura masculina, já que nas ocorrências das praias da Zona Sul, as figuras que estavam sempre fazendo referência ao bronzamento, eram massivamente as femininas.

Outro aspecto também relevante na análise das imagens é a idade das pessoas retratadas. Todas são pessoas de meia idade e, além das crianças brincando nas areias da praia de Ramos, não há nenhuma mulher ou homem jovens. São pessoas mais velhas, muitas delas idosas e em sua maioria homens, diferente do que encontramos como representação das praias da Zona Sul da cidade. Além disso, nenhuma dessas pessoas fotografadas na praia de Ramos está sorrindo. A princípio isso pode passar despercebido, mas quando olhamos o conjunto das imagens e das séries e comparamos a maneira como as pessoas se expressam nos lugares onde elas estão, podemos pensar em algumas análises sobre o semblante das figuras. Faltam

⁵² Os números de registro dessas fotografias no nosso levantamento são: T01.0393, T01.0395, T01.0396 e T01.0397.

sorrisos e expressões de felicidade. Como mostramos na seção sobre os corpos masculinos, a reportagem de Ramos mostra os trabalhadores que moram no subúrbio do Rio de Janeiro e o retrato desse trabalhador não é de muita simpatia.

Quem frequenta as praias da zona sul, as praias limpas e policiadas, que se estendem do Flamengo ao Leblon, não faz geralmente ideia de que milhares e milhares de outros banhistas se derramam àquela mesma hora pelas praias nem sempre limpas, mas sempre pequenas e feias, que bordam as margens dos subúrbios que contornam a baía de Guanabara. Lá não se encontrarão de certo as sereias exibindo maiôs de último modelo, as lourinhas, as sararás, as morenas de olho verde, todo este cortejo de mulheres lindamente misturadas na babel de cores, de raças e nações que é a gloriosa Copacabana dos dias de calor. Nos subúrbios é o povo que vai à praia, é o operário, são as mocinhas do subúrbio à busca de melhores cores, são as gordas que trabalham e querem um pouco de vento e o contato com a água refrescante do mar. É o homem do botequim, é o motoneiro, é o pequeno funcionário. E essa gente pe que Jeans Manzon foi agora surpreender num dos seus mais famosos pontos de concentração da temporada de verão – a famosa praia de Ramos. Multidão nunca vista se comprimia na faixa de areia suburbana. Parecia que toda a população leopoldinense corra para a praia. É que Ramos faz calor como o diabo! (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 12).

Por isso, a escolha também por homens mais franzinos, de corpos não atléticos para o estereótipo da época. Os homens de Ramos são senhores de mais idade, trabalhadores da indústria e do comércio, suburbanos, franzinos e não adeptos da influência da moda internacional.

A figura 43⁵³, Série – as mulheres de Ramos, apresenta duas fotografias dessa mesma reportagem. A primeira, fotografia a, é uma senhora de mais idade caminhando na beira da praia de Ramos, sem estar vestindo roupas de banho e acompanha a legenda: “Essa também está com calor. Não quis vestir o maiô, mas não hesita em... molhar as pernas” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 13). A segunda, fotografia b, também retrata uma senhora de mais idade, vestindo trajes de banho e sentada na areia da praia. Essa senhora é a que tem a expressão mais próxima de um sorriso em toda reportagem. A fotografia acompanha a legenda “Os elegantes vão exibir a sua elegância, mas um gordo na praia é mesmo por causa do calor” (O CRUZEIRO, 24 de jan.

⁵³ Número de registro T01. 0396 do levantamento.

1948, p. 13). Seria inimaginável que em alguma revista de grande circulação nacional atualmente acompanhasse uma legenda sequer parecida com a da foto b. No entanto, não cabe um julgamento pela maneira como as pessoas eram descritas nas revistas na década de 1940, cometeríamos um anacronismo histórico. É preciso compreender que estamos falando de outra sociedade, com outros olhares sobre o mundo.

Da mesma maneira como acontece com a série dos homens de Ramos, a série das mulheres de Ramos apresenta mulheres mais velhas, fora dos padrões de beleza da época e que não se vestem de acordo com a moda praia daquela época. Nas legendas das imagens e, principalmente, na própria escolha dos personagens a serem fotografados, podemos intuir que não são valorizados os mesmos elementos de outras praias, como as da Zona Sul, por exemplo.

Na Figura 43, montamos uma série com outras imagens da mesma reportagem. A fotografia a, do cão vira-lata, foi analisada no começo da presente seção. A fotografia (b), verticalizada, retrata um casal de pessoas de meia idade e nenhum dos dois está aparentemente vestindo trajes de banho. A mulher está com os olhos semicerrados e o homem com a mão no rosto. A legenda que acompanha a foto informa “A procura do filho perdido na multidão” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 11) e explica o contexto da imagem. Essa fotografia destaca e ilustra, ainda que indiretamente, o que os jornalistas responsáveis pela reportagem informaram logo no texto de abertura: as multidões se aglomeram nas areias da praia suburbana.

As fotografias (c) e (d)⁵⁴ retratam duas mulheres distintas. A primeira está deitada posando para a fotografia horizontalizada e a segunda passeia pela beira da praia, ambas as imagens estão em plano geral. A figura c retrata uma mulher também de meia idade, com trajes de banho da moda e uma máquina fotográfica na mão. A fotografia acompanha a legenda: “A grã-fina de Ramos: óculos Ray-Ban, máquina fotográfica à mão, um maiô bem recortado e

⁵⁴ Número de registro no levantamento: T01.0397.

uma bela medalha de Nossa Senhora das Graças descendo de uma corrente de ouro” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 14).

A fotografia (c) nos chama atenção pelos objetos que aparecem em destaque com a mulher retratada e pela maneira como ela é anunciada na legenda. Diferente de todos os outros personagens que aparecem nas fotografias desta reportagem da praia de Ramos em 1948, a única que apresenta alguma semelhança com um estilo de vida cosmopolita, mais próximo do que vemos nas outras reportagens das praias da Zona Sul.

A fotografia (d) está verticalizada e tem como objeto central uma senhora de costas para o fotógrafo, segurando uma sombrinha para se proteger do sol e caminhando na beira da praia de Ramos. A fotografia acompanha a legenda “la apenas de passagem. Mas o calor estava de rachar. Uma volta na praia refresca bem.” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 14)

A Figura 42, Capa da reportagem Ramos – 40 graus à sombra é a segunda página da reportagem e abre o texto e as fotografias que circularam sobre o lazer em Ramos na referida edição. A página possui quatro fotografias, distribuídas da seguinte maneira: na vertical e centralizada no topo da página, a imagem que abre a reportagem: plano geral que retrata a paisagem da praia de Ramos em um domingo ensolarado e quente. No primeiro plano da fotografia, do lado esquerdo, podemos observar uma bandeira do posto de salva-vidas e este é praticamente o único objeto em destaque no meio da multidão de corpos que se apertam na pequena faixa de areia. Essa é a própria ideia que os jornalistas queriam dar à imagem: a multidão na praia. Abaixo da fotografia, está a legenda: “20.000 pessoas nesse domingo de calor. A pequena faixa de terra não cabe os banhistas, que não podem se dar ao doce prazer de deitar o corpo nas areias para receber com volúpia o vento e o sol, que lhes trará saúde e cor” (O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948, p. 10).

Abaixo dessa fotografia da multidão na praia está o título da reportagem e o texto introdutório, já descrito anteriormente. Em seguida, estão as outras três fotografias, o foco é um mesmo casal nas margens da água da praia. Todas estão na vertical e em plano geral. As três fotografias seguem com as

legendas: (1) “Esses vieram apenas para refrescar. Na praia não havia mais onde deitar o corpo”, (2) “A água é boa, é a mesma água azul escuro da Guanabara, que lava e refresca o corpo”, (3) “O panorama também tem a sua beleza, pois toda a Guanabara tem seu contorno em curvas”.

Na quarta e última série da seção (Figura 43), apresentamos a segunda reportagem de Ramos do nosso levantamento⁵⁵, cujo título é “Lições de praia. Aqui, Ramos”. O texto da reportagem é assinado por Antônio Machado e as fotografias são de Walter Luiz. A reportagem foi publicada em 25 de março de 1967, quase 20 anos depois da primeira sobre a praia de Ramos. A série é composta por cinco imagens, todas na horizontal.

A reportagem que capturou as imagens selecionadas para esta série é acompanhada por dois textos. O primeiro intitulado “Cenário de Fellini na praia ZN” faz referência ao diretor e roteirista de cinema Federico Fellini, um renomado cineasta italiano que teve seu auge de produção na segunda metade do século XX e tinha como característica importante em suas produções a mistura entre o mundo real e mundos imaginados e fantasiosos. O título da reportagem faz referência a esse cenário dos filmes de Federico Fellini, como se a praia de Ramos, na Zona Norte do Rio de Janeiro, pudesse ser este lugar, esta mistura que culmina em cenas quase alucinógenas. O título é seguido da reportagem, que diz o seguinte:

“Aqui não se recita Maiakovski, não se discute Michel Butor e muito menos Teilhard de Chardin. Aqui, senhores, estamos longe da sofisticação do Castelinho e da classe média aristocrática de Copacabana. Aqui, o dia de ir à praia é dia de festa, piquenique, passeio coletivo da família, brincadeiras ruidosas, risadas e preguiça gostosa ao sol. Aqui, senhoras e senhores, é a praia de Ramos, na Zona Norte do Estado da Guanabara. Quando clareia o domingo, eles começam a descer. Vêm de ônibus, trem, bicicleta, caminhão ou mesmo a pé. São gentes de Bonsucesso, Penha, Olaria, Engenho de Dentro, Madureira, Rocha Miranda, Honório Gurgel, Caxias, São João de Meriti. Destino: as areias e as águas mansas da praia de Ramos. A romaria prossegue, até que, aí pelas 11 horas, os retardatários já não encontram um lugar sequer para fincar sua barraca. A essa altura, a festa já começou. O rádio de pilha da mocinha chora um bolero de Altemar Dutra e duas comadres cavaqueiam assuntos da chamada vida alheia, enquanto o garotão ali perto se diverte às

⁵⁵ Número dos registros da reportagem no levantamento: T01.0833, T01.0834, T01.0835, T01.0836, T01.0837 e T01.0838.

pampas jogando areia na cabeça de um amigo e a menina-moça de biquíni se isola no seu mundo de sonhos lendo novelas em quadrinhos.” (O CRUZEIRO, 25 de mar. 1967, p. 50)

Há uma clara comparação - mais uma vez - entre a vida cosmopolita, sofisticada e culta das praias da Zona Sul com uma vida mais simples e festiva da praia da Zona Norte. Os jornalistas destacam que, diferentemente da banalidade de estar nas praias da Zona Sul, na Zona Norte estar neste lugar é um evento que acontece aos domingos, quando os frequentadores – trabalhadores em grande maioria – podem descansar e apreciar um dia de lazer. A comparação entre os dois “tipos” de praias continua, e o texto seguinte da reportagem destaca mais uma vez alguns elementos. O subtítulo do segundo texto é “Sua majestade o biquíni reina em Ramos” e segue:

“Eu disse biquíni? Mas claro, ó ignorante das coisas da Zona Norte. Há muito que o biquíni já chegou por aqui. Chegou, viu e mostrou curvas e demais atributos das meninas da Central e Leopoldina. Tarde alta, as gentes começam a revoada de volta. Para o cozido que espera em casa a sua fome imensa, antes de pensar em dormir cedo, que amanhã é segunda feira, e como lá diz um clássico, o patrão é fogo” (O CRUZEIRO, 25 de mar. 1967, p. 52)

Outra vez, a reportagem faz referência às características específicas dos frequentadores da praia de Ramos. São pessoas que precisam trabalhar no dia seguinte, que vem principalmente da Central e da Leopoldina e que aproveitam o dia de domingo para o lazer e o descanso. Essas características são um marco nos textos das reportagens de *O Cruzeiro* sobre a praia de Ramos. Apresentam uma diferença marcante entre o estilo de vida das praias da Zona Sul, principalmente Copacabana, e o estilo de vida da praia de Ramos, na Zona Norte da cidade. A reportagem de 1967 é composta por nove fotografias, dentre as quais selecionamos 6 para montar a série. Abaixo trazemos as análises de cada uma das imagens que compõem a Figura 46.

A primeira imagem (A) são as duas páginas que compõem a abertura da reportagem, e contém duas fotografias distintas. A primeira fotografia, do lado esquerdo, é uma imagem em plano geral, que mostra o volume de pessoas na praia. Nessa fotografia, não é possível ver as areias de Ramos, pois pessoas e

barracas coloridas tomam toda praia. A fotografia está acompanhada da legenda: “Quem chega depois das 11 não encontra mais lugar para sua barraca. O negócio é chegar cedo, que a água é mansa e o dia é curto”. Há um aglomerado de pessoas, mostrando a ocupação das areias de Ramos aos domingos, como retrata a foto e complementa a legenda. Barracas de praia, banhistas homens e mulheres, bicicletas e, ao fundo da fotografia, algumas embarcações, são os objetos possíveis de serem identificados na fotografia. Ao lado dela, outra que também abre a reportagem na imagem (A): uma moça toma banho de sol em uma cadeira de praia. A fotografia acompanha a legenda: “Na cadeirinha de praia, a moça vive o seu instante de veranista internacional ali areias de Ramos, Zona Norte da Guanabara”. A legenda faz uma rápida comparação com os veranistas⁵⁶.

Na segunda fotografia (B) da imagem figura uma mulher sozinha, deitada na areia da praia e, atrás dela, uma bicicleta. Muito embora a mulher seja o elemento central da fotografia, a legenda versa sobre a bicicleta, que é anunciada como o principal meio de transporte que leva o banhista para a praia de Ramos. A legenda informa: “Todas as conduções levam à Ramos. Principalmente as bicicletas, que chegam em bandos e encontram estacionamento fácil ali mesmo”.

A terceira fotografia da série (C) ilustra um grupo de crianças brincando nas areias com brinquedos de praia. A legenda aponta que “para ele é indiferente estar em Ramos ou no Castelinho: a areia para fazer bolinhos é a mesma”, fazendo referência ao menino que brinca e está em primeiro plano na fotografia. A legenda, de certa forma, compara a praia da Zona Sul com a de Ramos e destaca que a indiferença entre um ou outro lugar existe apenas para as crianças que brincam.

A quarta fotografia (D) possui uma perspectiva parecida com a primeira da imagem (A) e acompanha a legenda: “As barracas compõem uma festa de cor ao sol de Ramos. Sob os toldos, há uma solidariedade imensa cozida ao

⁵⁶ Pessoa que passa férias ou temporadas, geralmente durante o verão, em lugar - praia, campo, estação termal - diferente daquele onde vive habitualmente. Etimologia: verão - do latim veran + ista.

fogo lento do mormaço”. A fotografia apresenta, mais uma vez, a lotação da praia de Ramos e os objetos em evidência são as barracas coloridas utilizadas para se proteger do sol.

A última fotografia da série (E) é uma fotografia em plano geral, com foco em alguns elementos importantes: as pernas e tronco de uma mulher de costas, bem ao centro da imagem, outra moça sentada em uma cadeira de praia, uma bicicleta ao fundo e alguns homens desfocados da imagem, ainda que em primeiro plano. A fotografia está acompanhada da legenda: “A bicicleta, o biquíni, o transistor: três elementos na festa de sol e mar na praia de Ramos”. Os transistores são os rádios que comumente eram levados para a praia pelos banhistas.

Por fim, gostaríamos de destacar dois pontos importantes para essa seção. O primeiro versa sobre a construção em oposição de dois lugares distintos: as praias da Zona Norte e as praias da Zona Sul do Rio de Janeiro. Se estamos de acordo que a imagem construída e consolidada sobre a praia de Ramos durante o século XX estava vinculada à identidade suburbana e ao estilo de vida das classes mais baixas, compreendemos que essa construção estava em oposição ao que havia se constituído como uma imagem balneária da Zona Sul do Rio de Janeiro, cosmopolita, moderna e elitista. Assim, podemos intuir o porquê de Ramos ter aparecido pouco ao longo das reportagens levantadas da revista.

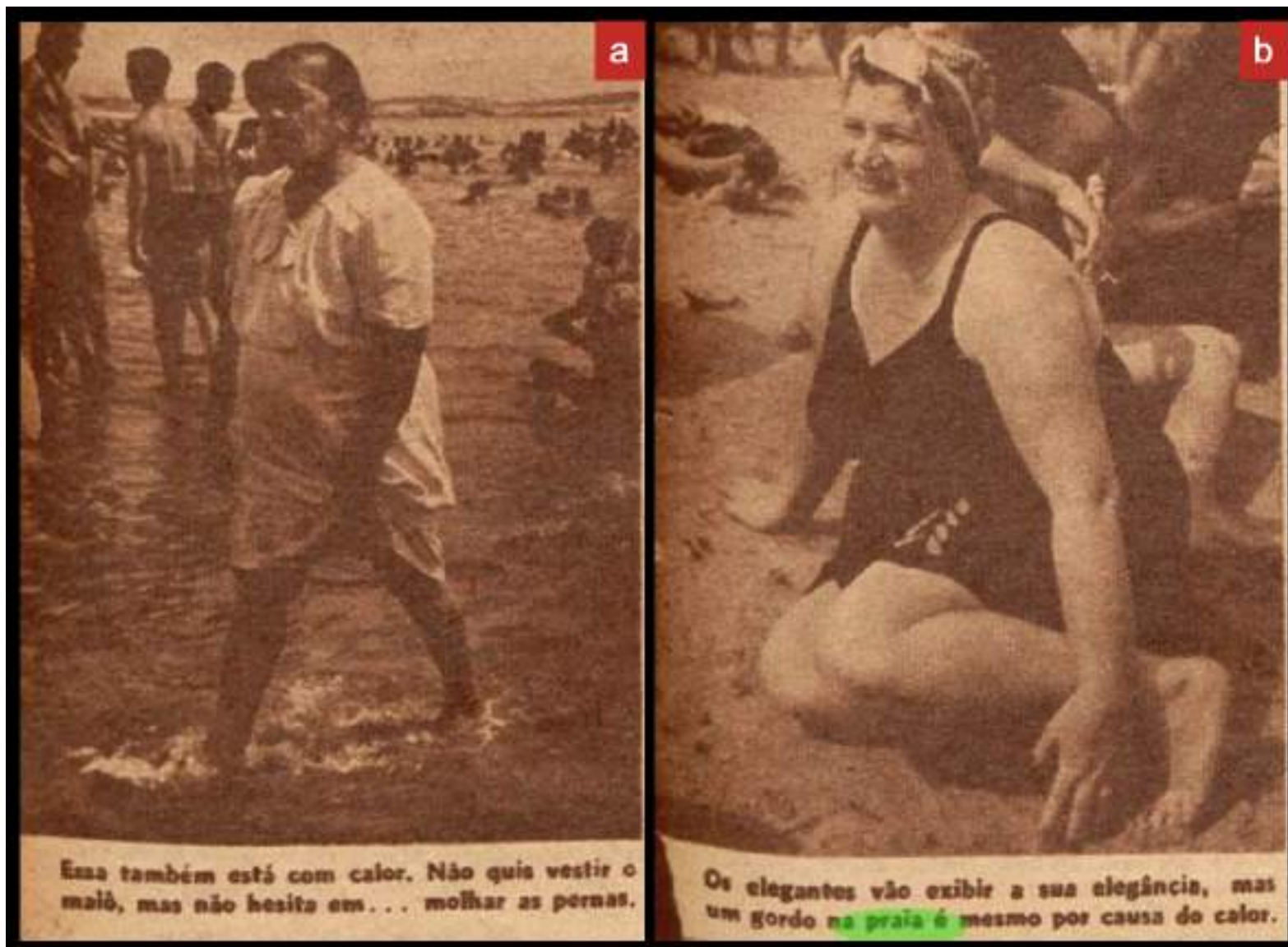
O segundo ponto é a relevância do dado quantitativo do levantamento. O caráter opositor entre esses dois lugares fica evidenciado nos textos jornalísticos apresentados na revista *O Cruzeiro*, como apresentamos anteriormente, e isso reflete no espaço da revista dedicado a esses lugares. Em nosso levantamento, encontramos duas reportagens completas sobre a praia de Ramos, na Zona Norte da cidade. O que, para nós, também é um dado importante da pesquisa. A praia de Copacabana ou as outras praias da Zona Sul da cidade aparecem em quase todas as ocorrências que levantamos. É monumental a diferença quantitativa de reportagens que destacam a praia de Ramos e as que destacam as praias da orla atlântica do Rio de Janeiro.

Figura 42: Série – os homens de Ramos



Fonte: O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948

Figura 43: Série – as mulheres de Ramos



Fonte: O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948

Figura 44: Série - Ramos



Fonte: O CRUZEIRO, 24 de jan. 1948

Figura 45: Capa da reportagem Ramos – 40 graus à sombra

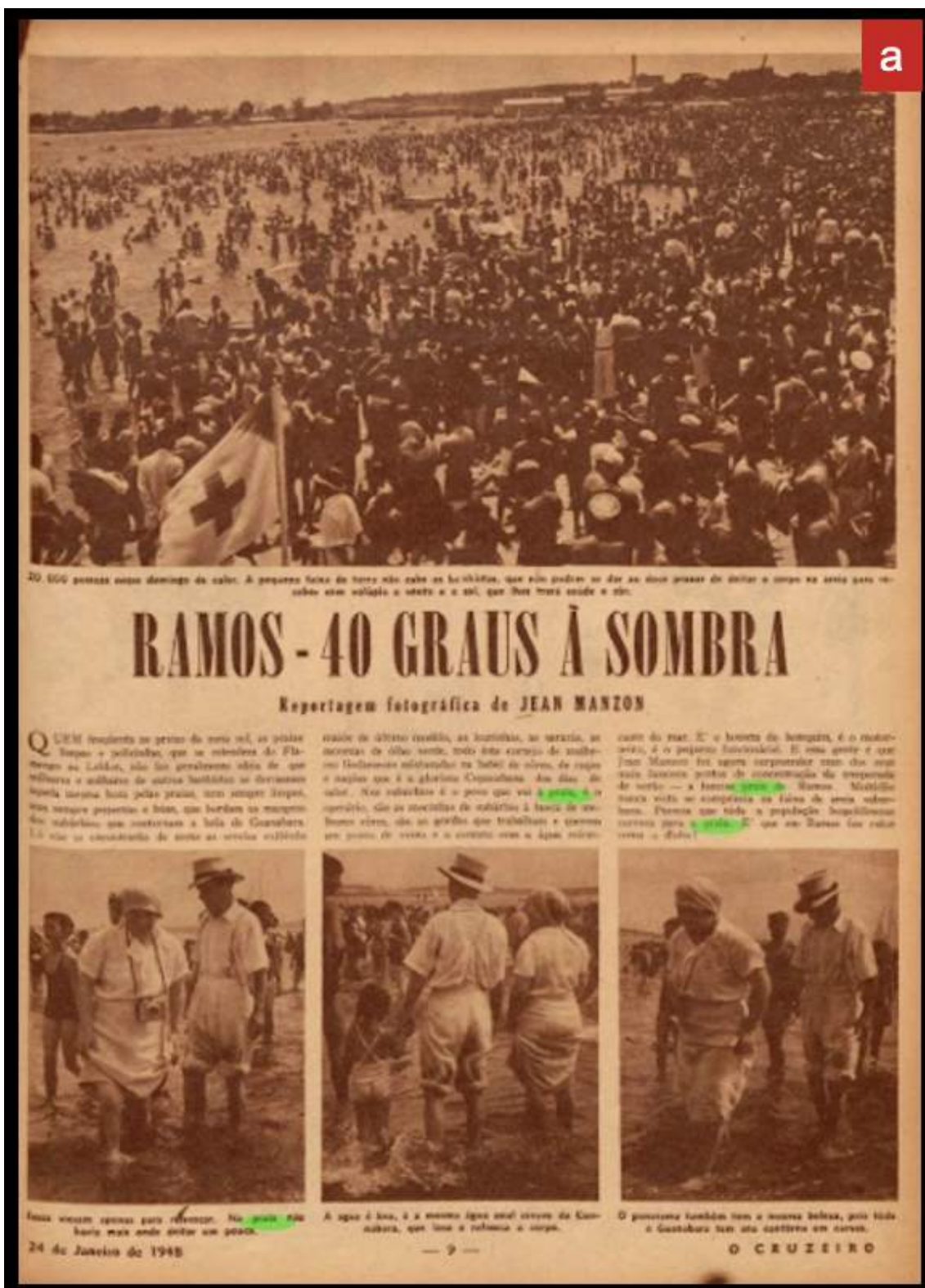


Figura 46: Série – Aqui, Ramos



Fonte: O CRUZEIRO, 25 de mar. 1967

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese partiu da hipótese de que a revista *O Cruzeiro*, primeira revista ilustrada de circulação nacional do Brasil, ajudou a criar e a consolidar um imaginário balneário sobre o Rio de Janeiro, principalmente sobre a Zona Sul da cidade. Esse imaginário acompanhou as diversas fases pelas quais a cidade passou ao longo do último século, influenciando e sendo influenciado por novas narrativas.

O processo de produção do trabalho, principalmente o levantamento das ocorrências, foi extenso e buscou explorar o diálogo entre as imagens e a consolidação de imaginários sobre os lugares. A realização da pesquisa foi um desafio e, por isso, aprendemos a compreendê-la como um processo sempre dinâmico, onde o pesquisador está sujeito a diversas intercorrências ao longo do caminho. Na medida em que a pesquisa avançou, novos olhares para o material foram surgindo, o que a fez transformar-se ao longo do tempo.

Ao longo da tese foram explorados alguns aspectos importantes que ajudaram a responder nossos questionamentos específicos. O encontro dessas respostas nos ajudou a chegar ao nosso objetivo central. Para organizar nossas considerações ao leitor, consideramos essencial explorar quatro pontos importantes do nosso trabalho. Faremos uma exposição de cada um desses pontos, partindo do mais específico em direção ao mais abrangente.

Primeiramente, podemos pensar sobre um “deslocamento das praias”, que antes eram abrigadas na baía e que, no começo do século XX se deslocaram para a Zona Sul da cidade, como apresentamos no começo da tese. Até o início do século XX, a proximidade com o mar fazia do Rio de Janeiro uma cidade portuária, mas não necessariamente balneária. Esse deslocamento, que também se deu no campo dos significados e reconhecimentos, foi se transformando rapidamente nas primeiras décadas do século XX, depois de uma imersão profunda em grandes transformações urbanas.

Nesse cenário de transformações da cidade, Copacabana se consolidou como a principal praia do Rio de Janeiro, principalmente até os anos 60. Foi

substituída então por Ipanema, nos anos 70. Décadas mais tarde, a expansão para a Zona Oeste e a urbanização dos bairros da Barra da Tijuca e do Recreio dos Bandeirantes, criaram outras práticas vinculadas ao já consolidado balneário. Para ilustrar essas diferenças, podemos fazer um paralelo com uma frase bastante conhecida: “diga-me em que praia vais e te direi quem és”. Foram sendo criados tipos e aspectos dos frequentadores das praias da cidade. O que não se questiona, no entanto, é a afinidade do carioca com as praias. Talvez por ser o Rio de Janeiro uma metrópole que por tanto tempo capitaneou o Brasil, e estar intimamente ligada ao mar, esse nó parece não poder ser desfeito, independente das transformações que ocorreram e ainda podem ocorrer. A cidade é um balneário consolidado no cenário nacional e internacional.

O segundo ponto é sobre as reflexões que tivemos enquanto a análise das imagens estava sendo feita. Admitimos que existe uma multiplicidade de aspectos que podem ser evocados pelas imagens que analisamos. A partir do nosso ponto de vista, do que nos interessava e da necessidade de chegar à uma análise específica das imagens, buscamos nelas os elementos que poderiam nos ajudar a responder nossos questionamentos do trabalho. De que maneira alguns elementos e discursos foram tão repetidamente reproduzidos nas imagens da revista que se cristalizaram e consolidaram um imaginário balneário específico o Rio de Janeiro?

É importante atentar para as fontes imagéticas utilizadas em nossas análises. Muitas são pessoas que foram fotografadas, cada uma com uma história de vida e com muitas interseções que essa tese não é capaz de alcançar por completo. E que muitos outros trabalhos sobre o tema seriam incapazes de se aprofundar. Por isso, nossas análises partiram da construção do imaginário balneário, como mencionado acima, caminhando dos detalhes para um quadro mais amplo, tentando identificar de que maneira – direta ou indiretamente – essas pessoas retratadas e fotografadas ajudaram também a consolidar essas narrativas balneárias.

Podemos afirmar que há um protagonismo da praia no imaginário do Rio de Janeiro. Mais do que um lugar que serviu como cenário para as imagens do Brasil, a cidade carioca também foi apropriada como um discurso, uma

narrativa. Isso certamente foi facilitado pela capitalidade. Como aponta Pinto (2016, p. 119), “o princípio de capitalidade, de forma ampla, pode ser considerado como a capacidade de representar o todo da nação (o que, no caso do Rio, não se esgotou com a transferência da capital para Brasília, em 1960)”. E, de fato, a imagem do Rio de Janeiro foi a vitrine do Brasil. E uma imagem inerente à praia.

O terceiro ponto diz respeito à revista *O Cruzeiro*. De maneira geral, observamos que, ao longo do período analisado, encontramos diversos elementos que ajudaram a construir e consolidar o imaginário que temos sobre as praias cariocas. A revista *O Cruzeiro*, um importante veículo de informação e de formação do pensamento social brasileiro, ao longo do século XX, era um grande difusor de narrativas e de modos de vida. *O Cruzeiro* é, portanto, um importante suporte por onde a história do Brasil, e especialmente do Rio de Janeiro foi narrada, construída e, principalmente, ilustrada.

Como ensina o historiador Robert Darnton, tentamos durante a escrita dessa tese e desse processo de pesquisa, fazer um caminho que avançava dos detalhes para um quadro cultural maior que conferia um significado mais amplo à sociedade. Para que, enfim, pudéssemos entender ou interpretar diferentes formas pelas quais o imaginário balneário do Rio de Janeiro foi sendo construído ao longo do século XX.

O Cruzeiro foi encerrada de vez ainda na década de 1980. O Rio de Janeiro, por sua vez, continuou passando por muitas outras mudanças que possivelmente ganhariam visibilidade na revista, caso ela ainda estivesse em circulação. No tema que nos interessa, as praias cariocas, alguns movimentos relevantes merecem ser considerados, ainda que posterior à existência da revista. Em primeiro lugar, o Projeto Rio Orla, que tinha como objetivo principal a requalificação urbana da orla marítima do Rio de Janeiro. Décadas mais tarde a cidade viveria um novo momento de remodelação, desta vez tendo o Centro e a Região Portuária como os lugares centrais. O Projeto Orla Conde, deslançado na primeira gestão do Prefeito Eduardo Paes, tinha como objetivo o embelezamento e a requalificação dos espaços centrais da cidade a partir de um novo ordenamento do espaço público.

É interessante pensar como a busca pela modernidade – urbana, social, arquitetônica etc. – sempre esteve em pauta no Rio de Janeiro. As reformas urbanas iniciadas ainda no final do século XIX, a busca por uma incessante modernidade atrelada aos costumes e modos de vida balneários nas primeiras décadas do século XX, a Semana de Arte Moderna – um marco que cumpre um centenário este ano –, o Projeto Rio Orla e, mais recentemente, o Projeto Orla Conde, são alguns exemplos dessa busca da construção de uma modernidade. Há de se atentar para alguns novos contornos desse conceito de cidade moderna, diferentes dos movimentos do século XX.

Na própria revista, essa bandeira da modernidade foi perdendo força ao longo de suas décadas de publicação. Assim como também notamos que o apelo às praias cariocas foi diminuindo. Sobre o primeiro ponto, acreditamos que esse apagamento da modernidade se relaciona justamente com esse novo momento social e cultural. O segundo ponto perpassa por elementos mais complexos. Embora as praias continuem tendo uma centralidade importante no Rio de Janeiro e, sobretudo, no imaginário da cidade, não é mais necessário passar pelo processo de consolidação desse lugar. Isso foi feito massivamente durante o século passado, inclusive pela revista que serviu como fonte da nossa pesquisa. Também acreditamos que o declínio de *O Cruzeiro* a partir da década de 1970 tem uma estreita relação com a ascensão da televisão como a mais nova forma de se consumir notícias, propagandas, entretenimento e conhecimento. Muito mais interativa e com os mesmos ares de inovação com que *O Cruzeiro* foi lançada 40 anos antes, a televisão foi introduzida aos poucos na casa dos brasileiros, até ganhar uma centralidade na vida cotidiana das pessoas.

Um último ponto importante para mencionar nas considerações finais diz respeito ao desafio ao qual nos deparamos quando demos início ao processo de coleta das ocorrências na revista. Ao todo foram quase 8.700 ocorrências visualizadas e lidas, página a página. Não seria possível analisar todas essas ocorrências, bem como não faria sentido criar um acervo com quase 9 mil páginas de reportagens. Por isso, optamos por guardar as que fossem, de fato, mais relevantes para os debates trazidos na tese. Ainda assim, ficamos com um acervo de mais de mil ocorrências. Entre reportagens, colunas e

propagandas, muitas inquietações surgiram e vimos que, dentro das limitações oferecidas pela redação do presente trabalho, estávamos diante de duas opções. A primeira delas era assumir a incapacidade de lidar com aquela quantidade de informações e compreender que deveria ser feito um recorte que desse conta das necessidades de uma pesquisa de doutorado e, assim, seria possível analisar o material com maior dedicação e profundidade. A outra opção era assumir a responsabilidade de análise de todo material de forma muito superficial, porém expansiva. Optamos pela primeira.

Decidimos recortar o material e analisar aquilo que daríamos conta. Assim, exploraremos o restante do nosso material, guardado no acervo, em oportunidades futuras, prorrogando para um possível pós-doutorado e publicação de artigos, as outras possíveis análises da pesquisa e a continuação dos debates. São muitos caminhos possíveis, muitas imagens para serem analisadas e muitas interseções necessárias a serem feitas, especialmente com as análises espaciais.

Por fim, acreditamos que o espaço geográfico foi e é um elemento essencial na constituição de práticas, hábitos, objetos, equipamentos, modas e, de maneira geral, cultura. A tese que sustentamos no trabalho é de que a revista *O Cruzeiro* foi um veículo importante na construção desses novos parâmetros culturais, ancorados em um tipo específico de modernidade e que o espaço balneário foi um elemento central nessa construção devido a sua centralidade ao longo dos números da revista. Para além disso, a revista ajudou a construir e consolidar um imaginário da cidade do Rio de Janeiro como o principal balneário brasileiro. Esse imaginário é também fruto das relações entre as pessoas com a geografia local.

Os balneários são, desde o final do século XIX, uma nova maneira de habitar a cidade litorânea. Hoje já instaurados, imaginados, retratados, representados e, sobretudo, vividos. Se durante muito tempo houve um grande e longo debate sobre a inserção desses lugares na vida cotidiana dos cidadãos, principalmente urbanos, hoje eles estão instituídos e conformados como um espaço importante das cidades litorâneas. Não é mais necessário, portanto, que se faça uma defesa das praias cariocas. Mas devemos lembrar

que esse lugar é uma inesgotável fonte de possibilidades de pesquisa em diversos campos do conhecimento.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, **1998**.

ABREU, M. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Instituto Pereira Passos, 2013.

AITKEN, S; ZONN, L. **Place, power situation and spectacle: a geography of film**. Boston: Rowman and Littlefield Publishers, 1994.

ALFONSO, L. **Embratur: formadora de imagens da nação brasileira**. Campinas, 2006. Dissertação de Mestrado. Instituição: Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

ALVES, F. Considerações sobre métodos e técnicas em Geografia Humana. **Revista Dialogus**, São Paulo, v. 4, n. 1, 2008.

ANDREATTA, V., CHIAVARI, M. P., REGO, H. O Rio de Janeiro e sua orla: histórias, projetos e identidade carioca. **Coleção Estudos Cariocas**, n. 201, 2009.

ANDREATTA, V. **Do Rio Orla a Orla Conde: os projetos que transformaram a frente marítima da cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2019.

ARGAN, G. **História da arte como história da cidade**. Martins Fontes: São Paulo, 2005.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. São Paulo: Ática, 1990.

BARICKMAN, B. “Passarão por mestiços”: o bronzamento nas praias cariocas, noções de cor e raça e ideologia racial, 1920-1950. **Revista Afro-Ásia**, Vol. 40, 173-221, 2009.

_____. Not many flew down to Rio: tourism and the history of beach-going in twentieth-century Rio de Janeiro. **Journal of Tourism History**, Vol. 6, N. 2-3, 223-241, 2014.

_____. Medindo maiôs e correndo atrás de homens sem camisa: a polícia e as praias cariocas, 1920-1950. Rio de Janeiro: **Recorde**, v. 9, n. 1, p. 1-66, jan./jul. 2016.

BARTHES, R. **Mitologias**. 4. ed. São Paulo: Difel, 1980.

BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PIORE, M. (org). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997, p. 607-639.

BERDOULAY, V. Espaço e Cultura. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Olhares Geográficos**: modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Antropos, 1981.

BROOKER-GROSS, S. Spatial aspects of newsworthiness. In: **Geografiska Annaler**, n. 65, p. 1 – 9, 1983.

CASADEI, E. B. Estratégias de construção de imagens de modernidade para o consumo: mapeamento dos usos das vanguardas artísticas nas capas de O Cruzeiro e Revista da Semana (1920-1940). **Revista Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 1, p. 59, agosto, 2018.

CASTRO, R. **Metrópole à beira-mar**: o Rio moderno dos anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

CHRYSOSTOMO, M. I. J. “Uma Copacabana perdida nos confins suburbanos”: a ideia de balnearização do bairro de Ramos/RJ (anos 1920-1940). **Revista Confins**, n. 39, p. 1-21, 2019.

CLOKE, P; COOK, I; CRANG, P; GOODWIN, M; PAINTER J; PHILO, C. **Practising Human Geography**. London: SAGE Publications, 2004.

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

COSGROVE, D. Introduction: landscape, map and vision. In: COSGROVE, Denis. **Geography & Vision: seeing, imagining and representing the world**. London/New York: I.B. Tauris, 2008.

DARNTON, R. **O grande massacre de gatos e outros episódios da história cultural francesa**. Brasil: Graal, 1988.

DONADIO, P. “Foot-ball” na areia e banhos de sol no Rio de Janeiro (1917-1940). **Recorde**: Revista de História do Esporte, vol. 4, n. 1, jun. 2011.

DONALD, J. The city, the cinema: modern spaces. In: **Visual Culture**. Ed. JENKS, C. P. 77–95, Londres: Routledge, 1995.

DRIVER. F. Sobre a Geografia como uma disciplina visual. **Espaço e Cultura**, n.33, p. 207-212, jan/jul, 2013.

DURAND, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Arcádia, 1979.

ECO, U. **As formas do conteúdo**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

ELEUTÉRIO, C; CAVALCANTI, V. A construção da identidade da mulher brasileira a partir do enfoque do turismo sexual na Bahia: permissivas, pecadoras e sensuais? **Naveg@merica**, nº 2, 2009.

- ENKE, R.G. O cenário do vazio: a inserção do lazer no cenário litorâneo europeu. **Historiae**, Rio Grande, Vol. 8, N. 1, 169-188, 2017.
- ESPAGNE, M. La notion de transfert culturel. **Revista Sciences/Lettres**, v. 1, 2013.
- FAVRE, C. La pin-up US, un exemple d'érotisme patriotique. **Histoire, Femmes et Sociétés**. Écrire au quotidien. n. 35, 2012.
- FERREIRA, L.F.G. Turismo, cartografia e imagem: os significados dos mapas e a construção de narrativas sobre os espaços turísticos do Rio de Janeiro. **Cadernos de Geografia**, n. 41, 105-118, 2020.
- FIORAVANTE, K. **Conhecimento, teoria, método e intuição**: debates na filosofia da ciência e na Geografia. *No prelo*.
- FLORES, M.B.R. A política da beleza-nacionalismo, corpo e sexualidade no projeto de padronização brasileira. In: **Diálogos Latino-americanos**. P. 88-109. **2000**.
- GAVA, J. E. Momento Bossa-Nova: arte e modernidade sob os olhares da revista O Cruzeiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. I e II, N. 1, 2005.
- GEORGE, Pierre. **Os métodos da Geografia**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.
- GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.
- GODOY, A. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades: uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p.57-63, mar./abr/, 1995.
- GOMES, M. S. A imagem do Brasil no exterior e o turismo: a operacionalização do Plano Aquarela em Portugal. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 4, n. 4, 2012.
- _____. O marketing turístico e o reposicionamento da imagem do Brasil no mundo: uma análise do Plano Aquarela da Embratur. **Tourism & Management Studies**, n. 1, p. 579-588, 2011.
- GOMES, P. C. C. **Quadros Geográficos**: uma forma de ver, uma forma de pensar. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.
- _____. **O lugar do olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- _____. Cenários para a geografia: sobre a espacialidade das imagens e suas significações. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs). **Espaço e Cultura: Pluralidade Temática**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

GOMES, P. C. C.; PARENTE-RIBEIRO, L. A produção de imagens para a pesquisa em Geografia. In: **Espaço e Cultura**, n 33, p. 27-42, 2013.

GOMES, L. **1808**: como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a História de Portugal e do Brasil. São Paulo: Globo Livros, 2007.

GODLEVSKA, A. From enlightenment vision to modern science? Humboldt's visual thinking. In: LIVINGSTONE, David (orgs). **Geography and Enlightenment**. Chicago: Chicago University Press, p. 236-280, 1999.

GRISOLIO, L. M. Uma revista em Guerra: a revista O Cruzeiro nos primeiros anos da Guerra Fria no Brasil. **Revista OPSIS**, Catalão - GO, v. 14, n. Especial, p. 476-494, 2014.

GOMBRICH, E. **A história da arte**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara S.A., 1959.

_____. **Arte e ilusão**: um estudo da psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro, EdPUC, 2016.

_____. **Representation**: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage, 1997.

HEIDRICH, A. L. Método e metodologias na pesquisa das geografias com cultura e sociedade. In: HEIDRICH, A. L.; PIRES, C. L. (orgs). **Abordagens e práticas da pesquisa qualitativa em geografia e saberes sobre espaço e cultura**. Porto Alegre: Editora Letra1, 2016.

LE GOFF, J. **História e Memória**. Campinas: Unicamp, 1996.

LEITE, M. M. **Retratos de família**. São Paulo: Edusp, 1993.

LINS-DE-BARROS, F. M., KLUMB-OLIVEIRA, L., & LIMA, R. D. F. Avaliação histórica da ocorrência de ressacas marinhas e danos associados entre os anos de 1979 e 2013 no litoral do estado do Rio de Janeiro (Brasil). **Journal of Integrated Coastal Zone Management/Revista de Gestão Costeira Integrada**, n. 18 (2), p. 85-102, 2018.

LOIS, C. Imagen cartográfica e imaginarios geográficos: los lugares y las formas de los mapas en nuestra cultura visual. **Scripta Nova**, Vol. XIII, núm. 298, 1 de set., 2009.

LOWENTHAL, D. Geography, experience, and imagination: towards a geographical epistemology. In: **Annals of the Association of American Geographers**, n. 51, pp. 241 – 260, 1969.

MACHADO, H. C. A construção social da praia. **Revista Sociedade e Cultura** I. Cadernos do Nordeste, Vol. 13 (1), 201-218, 2000.

MACHADO, M. B. T. **A modernidade no Rio de Janeiro**: construção de um cenário para o turismo. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas, 2008.

MARTIN, K.; PAVLOVSKAYA, M. Secondary Data. In: GOMEZ, B; JONES, J.P. **Research Methods in Geography**. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.

MARTIN, L. Contribution à l'étude des circulations culturelles transnationales. **Histoire@Politique**, v. 15, 2011.

MAUAD, A. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. Universidade de São Paulo, Anais do Museu Paulista, v.13, n.1, 2005.

MORIN, E. **O método 1**: a natureza da natureza. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MITCHELL, W. **Picture Theory**: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: Chicago University Press, 1994.

NOVAES, André Reyes. Favelas and the divided city: mapping silences and calculations in Rio de Janeiro's journalistic cartography. In: **Social and Cultural Geography**, 2014.

_____. Geografia e História da Arte: apontamentos para uma crítica à iconologia. In: **Espaço e Cultura**, n 33, p. 43-64, jan-jun, 2013.

_____. A fronteira como ameaça: geografia, imaginação e experiência. In: **Espaço Aberto**, v 1, n 2, p. 101-116, 2011a.

_____. Uma geografia visual? Contribuições para o uso das imagens na difusão do conhecimento geográfico. **Espaço e Cultura**, Rio de Janeiro, n. 30, p. 6-22, jul/dez, 2011b.

_____. A cartografia jornalística: imagem e significado. Um estudo da representação das drogas ilícitas na imprensa brasileira. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDHAL, Z. (org) **Espaço e Cultura: pluralidade temática**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

_____. A cartografia sobre as drogas ilícitas na cartografia brasileira: omissão e destaques nos mapas jornalísticos. **Aurora Geography Journal**, ano 1, dez, 2007.

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

NORONHA SANTOS, F.A. Meios de transporte no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Typographia do Jornal do Comércio, 1934.

O'DONNELL, J. **Um Rio atlântico**: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana. Tese (Doutorado em Antropologia) – Museu Nacional – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 298f., 2011.

_____. **A invenção de Copacabana**: culturas urbanas e estilo de vida no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

OLIVEIRA, A. F. “Imagens da mulher moderna: um estudo da Revista O Cruzeiro e o consumo feminino (1930/1950)”. Relatório final de pesquisa apresentado à Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2014.

O TUATHAIL, G. Imperial incitement: Halford Mackinder, the British Empire and the writing of geographical sight. In: O TUATHAIL, G. (ed) **Critical Geopolitics**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

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

POCOCK, D. Imaginative literature and the geographer. In: POCOCK, D (org). **Humanistic Geography and Literature: essays on the experience of place**. London, pp. 9 – 19, 1981.

QUEIROZ CAMPOS, D. A Imagem de Humor em O Cruzeiro: as ilustrações de J. Carlos, Péricles Magalhães e Alceu Penna. **História Revista**, Goiânia, v. 22, n. 2, p. 167–189, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/historia/article/view/43154>. Acesso em: 18 mai. 2022.

RIBEIRO, R. W. Rio de Janeiro e a Avenida Beira Mar : desejo de paisagem e cidade balneário nas primeiras décadas dos século XX. **Revista Confins**, n. 39, p. 1-21, 2019.

ROSE, G. **On the need to ask how, exactly, is geography visual?**. Antipode, v. 35, n. 2, p. 212–221, 2005.

_____. **Visual Methodologies**: An Introduction to Interpreting Visual Objects. London: Sage, 2001.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo : Hicitec, 1998.

SCHPUN, M. R. **Beleza em jogo** : cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo : Boitempo, SENAC, 1999.

SENNET, R. **O Declínio do Homem Público** : As Tirantias da Intimidade. São Paulo: Companhia das Leiras, 1998.

SERPA, L. A mulher na revista O Cruzeiro (1928-1945). **PJ: BR**, v. 1, n. 07, 2006.

SEVECENKO, N. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos. In: **História da Vida Privada no Brasil**. Vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SHOMMER, A. História do Brasil Vira-lata. Anajé: Casarão do Verbo, 2012.

SILVA, M. A. **Prazer e poder do amigo da onça** : 1943/1962. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1989.

SIQUEIRA, E. D. SIQUEIRA, D. C. O. Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.34, n.1, p. 169-187, jan./jun., 2011.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SOBRAL, J. **O desenhista invisível**. Rio de Janeiro: Folha de Seca, 2007.

SOUZA, M. H. M. O complexo de vira-lata e o vira-lata complexo. **TRANZ - Revista de Estudos Transitivos do Contemporâneo**, n. 8, dez., 2013.

SOUZA, R. C. G. Vambora pro inverno, cariocas. **Pedagogia em Ação**, v.16, n.2, 2021.

TOUSSAINT-SAMSON, A. **Uma parisiense no Brasil**. Rio de Janeiro : Capivara, 2003 [1883].

TUAN, Y. Realism and fantasy in art, history, and geography. In: **Annals of the Association of American Geographers**, n. 80, v. 03, 1990, pp. 435 – 446.

WATSON, Wreford. The role of illusion in North American geography: a note on geography of North American Settlement. In: **The Canadian Geographer**, n. 14, v. 01, pp. 10 – 27, 1969.

WINTER, R. Rio de Janeiro: paisagens entre a montanha e o mar. Brasília: UNESCO, 2016.

WOODWARD, K. A identidade e a diferença: uma introdução conceitual. In: HALL, S; WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2012.