

## O consumo do espaço e o consumo do corpo nas praias cariocas na década de 1920<sup>1</sup>

Rosane FEIJÃO<sup>2</sup>

Universidade Do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

Ao longo da década de 1920 as praias da Zona Sul do Rio de Janeiro foram se tornando um importante espaço de sociabilidade. Os hábitos que ali se desenvolveram criaram um ambiente consagrado ao lazer, ao bem-estar e às interações sociais, que não excluiu conflitos e polêmicas. Tal processo criou e disseminou novos costumes, que demandaram uma negociação constante entre frequentadores, moradores e autoridades, de forma a reorganizar o consumo que se fazia dos espaços junto ao litoral e dos corpos que por eles transitavam.

**Palavras-chave:** praias, consumo, cidade, corpo, moda.

### Introdução

A incorporação das praias da Zona Sul do Rio de Janeiro à malha urbana já existente só teve início com a abertura do Túnel Velho, em 1892, para a passagem do bonde que faria o trajeto Centro-Copacabana. O processo ganhou novo impulso ao longo da primeira década do século XX, com a construção das avenidas Beira-mar e Atlântica, que facilitaram o acesso dos veículos particulares àquela porção da cidade, ainda esparsamente habitada. A transformação dos bairros litorâneos foi, portanto, muito rápida: em pouco mais de uma década as paisagens quase desertas haviam se tornado um novo centro irradiador de modismos, reconfigurando a geografia cultural e afetiva da cidade.

Este artigo pretende explorar as formas de consumo despertadas pela frequência intensiva da população carioca às praias fazendo delas um significativo espaço de sociabilidade e inaugurando um novo estilo de vida que mesclava características de metrópole e de balneário. Os hábitos que se desenvolveram ao longo do litoral sul da cidade criaram um ambiente consagrado ao lazer, ao bem-estar e às interações sociais, mas isso não excluiu conflitos e polêmicas, que recriavam e reorganizavam os costumes, numa

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais, GP Comunicação e Culturas Urbanas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ e bolsista CAPES, email: [feijao.rosane@gmail.com](mailto:feijao.rosane@gmail.com).

negociação constante entre frequentadores, moradores e autoridades. Veremos que leis – tanto as de caráter oficial como as informais, configuradas por acordos tácitos entre as diferentes instâncias sociais – foram criadas, abolidas e reformadas para poder acompanhar as atividades desenvolvidas em tais espaços, cuja identidade começa a ser delineada na década de 1920.

Que desejos e expectativas faziam o carioca se mover em direção ao litoral? Quais os conflitos criados em tais ambientes e os quais seus protagonistas? Que sentidos e símbolos os corpos faziam circular quando despidos de sua aparência do dia-a-dia, tão cuidadosamente construída? Essas são algumas perguntas que guiarão as análises empreendidas a partir de pesquisa em jornais e revistas ilustradas publicadas no Rio de Janeiro nos anos 1920, com o objetivo de compreender o consumo que se fazia dos espaços das praias e dos corpos que por elas transitavam naquele momento. “Consumo” deve ser entendido aqui em um sentido mais amplo, como algo também produtivo, criador. Michel de Certeau evoca o termo grego *poiein*, que significa “criar, inventar, gerar”, para definir o consumo como uma produção, uma poética:

A uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, qualificada de “consumo”: esta é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa, quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante. (CERTEAU, 2009, p. 39)

Assim, ao criar uma maneira de estar na praia, de vivenciar tais espaços, o cidadão carioca se envolve em uma atividade de consumo, partilhada com outros, documentada por fotografias na imprensa, dotando o corpo e o espaço de novos sentidos a partir de sua própria performance e do uso que faz dos artefatos com os quais se relaciona, tais como guarda-sóis, sombrinhas, salva-vidas, toalhas, roupas e acessórios. Colados aos corpos, os trajes especialmente confeccionados para os banhos de mar são os que se relacionam mais intimamente com seus usuários. Inventados na segunda metade do século XIX, eles passam a ser parte indispensável do guarda-roupa dos cariocas quando a atividade se populariza ao longo dos anos 1920.

### **Corpo feminino: um consumo pelo olhar**

As fotografias de banhistas nas praias cariocas aparecem em revistas ilustradas, como *Fon-Fon!* e *Careta*, desde a primeira década do século XX, provando que os banhos de mar já eram uma atividade de lazer bastante popular, embora saiba-se que o tempo de permanência em tais espaços ainda não era muito longo: os rígidos padrões de beleza

exigiam, principalmente para as mulheres, uma pele muito alva, o que fazia com que a exposição ao sol fosse reduzida ao mínimo possível.

Desde os primeiros anos da década de 1920, no entanto, textos veiculados pela imprensa dão a entender que tal temor já havia, em grande parte, se dissipado. Quando os banhos de sol passam a ser aceitos e, mais do que isso, recomendados por médicos e higienistas, funda-se o hábito de “ir à praia” como uma expressão que significava algo bem mais abrangente do que um simples banho de mar. O autor do texto publicado na revista *Careta* em 03 de janeiro de 1920 deixa clara sua admiração por um novo tipo de beleza feminina, muito diferente da “menina do tipo franzino, quase doente”, descrita por Gilberto Freire (1961, p. 254) como o ideal feminino do século XIX. A espontaneidade das banhistas, seu despojamento e frescor foram os predicados destacados pelo cronista da *Careta*, que se mostrava admirador da saúde que vibrava “no riso robusto da mocidade”, consequência positiva dos novos hábitos balneários.

Mas até 1920 ainda era preciso evitar o sol, o que fazia com que os banhos de mar acontecessem muito cedo, pela manhã. O cronista não deixa dúvidas de que valia a pena acordar a tempo de presenciar o que ele descreve como um “estupendo e sugestivo quadro de beleza e graça que se apresenta aos beijos mornos” dos primeiros raios de sol. Para poder apreciar “a bela carioquinha” durante o banho, onde ela se mostrava “sem a máscara postiça da moda”, era necessário, no entanto, algum empenho, como dá a entender o trecho abaixo:

Corremos uma manhã destas diversas de nossas praias, as mais frequentadas ao menos, e ao findarmos a excursão, deixando o mar, trazíamos na memória um vultinho esbelto de mulher, todo graça, todo frescura, todo sedução. (*Careta*, 03/01/1920)

Era o início da formação de um imaginário, hoje radicalizado pela indústria do turismo, que fez das paisagens praianas um cenário que tem entre seus principais atrativos a imagem de jovens mulheres, de formas perfeitas, despojadas dos constrangimentos do dia-a-dia – constrangimentos estes que as tornavam menos interessantes, ao menos aos olhos daquele cronista, que não esconde sua decepção ao encontrar as mesmas banhistas que o haviam impressionado “pela graça, pela leveza, pela frescura natural da pele” no ambiente urbano de uma confeitaria da moda: “tendo recuperado a máscara da moda, reassumiam a pose automática de bonecas, pareciam figurinhas desbotadas, alegorias carnavalescas de péssimos pintores” (Idem).

Desde o final do século XIX, quando o conceito de férias a beira mar fez nascer toda uma estrutura balneária na França, a associação entre um certo voyeurismo direcionado ao corpo feminino e o lazer proporcionado por tais ambientes já era explorada pela

publicidade. Cartazes que propagandeavam os serviços de restaurantes, cassinos e hotéis traziam, muitas vezes em primeiro plano, a figura de uma banhista que expunha, sem pudores, generosas porções de pele em trajes de banho bastante ousados para a época.

Rapidamente tais imagens passaram a ser utilizadas para vender os mais diferentes produtos, de xaropes a sabonetes, de roupas a bebidas, para serem consumidos, preferencialmente, nos meses de verão. Os anúncios – e conseqüentemente os produtos que eram anunciados – adquiriam certa aura de modernidade ao se aproximarem dos novos hábitos desenvolvidos nas praias, novos hábitos que criavam novas demandas de consumo: o corpo precisava ser vestido, protegido e preparado para, também ele, ser consumido.

Da mesma forma, as revistas ilustradas que viam nos banhos de mar uma atividade condizente com a modernidade que se desejava para a cidade, introduziam em suas páginas fotografias de banhistas como estratégia para despertar o interesse da população por aquelas atividades, tanto pela possibilidade de vivenciar os prazeres ali retratados como pela oportunidade de poder observar os corpos desnudados que povoavam tais espaços.

Por volta de 1923, os banhos de sol já faziam parte dos modismos de verão, tanto no Brasil como na Europa, e ganham um impulso considerável quando, naquele ano, a já famosa estilista Coco Chanel declara sua adesão a eles, tendo adotado para si mesma, durante o verão da Riviera Francesa, a estética da pele tostada (O'DONNEL, 2013, p. 166). Mais do que um modismo, deixar-se bronzear pelo sol provocou uma verdadeira revolução de costumes: foi a partir de então que a praia se transformou na grande área de lazer e sociabilidade da forma como a conhecemos hoje.

“Ir à praia” passou, então, a ser uma atividade que poderia durar muitas horas, o que acarretou uma mudança de logística em relação à década anterior, sendo para tanto criados novos equipamentos, novas roupas e providências. O hábito da praia fez com que o guarda-roupa feminino aumentasse e se diversificasse: além dos trajes de banho, dos quais ainda constavam, em 1920, toucas e sapatilhas próprias para o mar, era preciso contar com peças de vestuário especificamente criadas para os deslocamentos entre a cidade e o litoral, como roupões, capas e quimonos. Com a possibilidade de maior exposição ao sol, sombrinhas e guarda-sóis tornaram-se itens indispensáveis, assim como os chapéus, que adquiriram formatos próprios para a ocasião.

Se até o século XIX as praias eram procuradas em função do bem-estar que poderiam proporcionar, ajudando na cura de males do corpo e do espírito, ao longo do século XX essa lógica parece ter se invertido a partir de certo momento: era preciso estar

com um corpo bem cuidado para enfrentar com tranquilidade os olhares que a ele eram lançados quando despido dos artefatos constritores que lhe davam as formas requeridas em ambientes sociais. Às novas liberdades proporcionadas pelos trajes de banho, que nos anos 1920 atinge seu auge com a adoção do *maillot*, correspondem novos constrangimentos, novas preocupações, que irão estimular toda uma indústria de cuidados corporais.

### **O corpo entre liberdades e constrangimentos**

A substituição dos pesados trajes e banho herdados do século XIX, compostos por peças superpostas e confeccionados em tecidos escuros e de trama muito fechada para evitar qualquer possibilidade de transparências, por uma peça única, o *maillot* de malha colante e colorida, se deu em meio a muita polêmica, tanto no Brasil como em outros países. A grande questão era o desvelamento do corpo feminino provocado pelo *maillot*, que havia ganhado adeptas ao proporcionar maiores possibilidades de movimentos que os trajes que o antecederam, permitindo-lhes experimentar sensações inéditas de liberdade e conforto. E experimentar também (porque não?) novas formas de sedução: ao contrário das roupas de baeta<sup>3</sup>, que quando molhadas se tornavam ainda mais pesadas, o *maillot*, ao aderir ao corpo, destacava suas formas, fazendo com que aquelas que os vestiam se sentissem como verdadeiras sereias.

Mas tal conquista não se deu sem resistências. A primeira mulher a usar o *maillot*, enfrentando as críticas de caráter moralista, foi a também primeira campeã de natação, nos Jogos Olímpicos de 1912, Anne Kellermann. A australiana Miss Kellerman mostrou-se pioneira não somente por seus recordes dentro d'água, mas também por ousar adaptar para o corpo feminino o traje colante e decotado, que até então era privilégio dos homens que se dedicavam ao esporte (SAILLARD, 1998, p. 36). Quinze anos depois o *maillot* ainda provocava polêmicas com espaço garantido na imprensa. Em 1927, a coluna “Mundanidades”, publicada em um dos principais jornais da cidade, se iniciava com uma frase de efeito que embutia uma constatação e, talvez até uma certa resignação: “O *maillot* venceu definitivamente no Rio”, dando a entender que algum tipo de batalha teve que ser travada em nome da modernização dos trajes de banho. Talvez a maior batalha tenha sido superar os preconceitos dos responsáveis pela própria coluna, já que, poucos anos antes, em 1923, o seguinte texto era ali publicado:

Quanto ao costume de banho, há infinidades de feitios lindos, o essencial, ousar dizer, é que não sejam excessivamente curtos; deixemos o audacioso *maillot* para outros países, e fiquemos com

---

<sup>3</sup> Tecido pesado e de trama fechada muito usado na confecção de trajes de banho desde o século XIX.

os hábitos sadios e bons que nossos ajuizados avós nos legaram. Para estas roupas, a sarja mole e flexível e o jersey de pura lã são os tecidos que mais resistem à ação do sal, conservando sempre a mesma cor. (*Gazeta de Notícias*, 13/12/1923)

O jornal *Beira Mar* encampou uma verdadeira campanha em prol da atualização das diretrizes morais e do pudor, publicando vários textos que defendiam o uso do novo traje feminino. Na edição de 03 de abril de 1927, o *Beira Mar* reproduzia parte da coluna “Binóculo” (da *Gazeta de Notícias*) na qual o *maillot* era qualificado como “moralíssimo”, sob o argumento de que não poderia haver imoralidade “na graça, na beleza, na elegância”. Isso não significava ainda, no entanto, a anuência a uma democratização total quanto ao uso de tal peça: ao mesmo que afirmava ser o *maillot* “a suprema forma de elegância e de estética em matéria de indumentária feminina de banho de mar” e que combatê-lo seria “confessar-se fóssil”, o colunista hesitava em vê-lo adotado indiscriminadamente. Segundo as orientações dadas na coluna, a moderna elegância praiana seria privilégio de mulheres cujos corpos obedecessem a determinados parâmetros de beleza, que o autor denomina de “regulamento”:

O *maillot* exige um físico sem excessos ou inópias de carne. Uma mulher excessivamente gorda é tão burlesca de *maillot* como a excessivamente magra. Só o termo médio pode resistir ao *maillot*. Toda criatura que sair do “regulamento” deve evitar o *maillot*... Isso não quer dizer que, para tomar banho de mar, vá apresentar-se de sobrecasaca... Mas há entre esses dois extremos o período de transmissão dos trajes que não são *maillot* nem sobrecasaca. (*Gazeta de Notícias*, 25/01/1927)

Mas tais restrições não parecem ter surtido muito efeito, ao menos não por muito tempo, já que poucos anos depois, antes mesmo que a década de 1920 terminasse, o *maillot* inteiro, colante, decotado e sem mangas (mas ainda, como um short, cobrindo as virilhas), reinava absoluto nas praias cariocas – e não apenas para as qualificadas como dentro do “regulamento”. É o que se pode concluir a partir, novamente, da coluna “Binóculo” da *Gazeta de Notícias*, que, mais uma vez, parece mudar de opinião sobre o polêmico traje, definindo-o agora como “o melhor amigo das mulheres que não são belas” . :

O “*maillot*” de banho é, positivamente, de uma generosidade notável. O “*maillot*” é o maior amigo das mulheres que não são belas. As mulheres belas não precisam de tal traje para vencer. Mas as outras? As outras veem nele uma espécie de segunda natureza. É preciso ser realmente muito pouco interessante para não ficar tentadora de “*maillot*”, uma mulher. Com suas audácias e liberdades, a roupa de malha consegue criar sedições em quem, de traje comum de rua, jamais desperta sequer um olhar de curiosidade.

Há no “*maillot*” qualquer coisa de pecaminoso que empresta à mulher a possibilidade de sua suprema ilusão na vida – seduzir. Toda a mulher é sedutora de “*maillot*” – mesmo que, em civil seja um breve contra o amor. Aliás, não é por outro motivo que, desde que a Polícia permitiu plenamente o uso do aludido tecido, as estações balneárias começaram mais cedo e terminaram cada vez mais tarde...

E, nessas épocas, as “sereias” que surgem são, em sua grande maioria, pessoas por completo desconhecidas. As “tentações” conhecidas raramente comparecem às praias de banho... não precisam delas...

Conclui-se, pois, que o “maillot” é o maior amigo das mulheres não formosas. Só ele conseguiu estabelecer uma espécie de nível de igualdade entre todas as mulheres. Todas as mulheres são iguais perante o “maillot”. (Gazeta de Notícias, 04/11/1928)

A coluna apenas parece mudar de opinião. A ironia era seu último artifício no combate à “democratização” do *maillot*, instituindo uma ligação entre tal traje e a beleza – ou a falta dela – de quem o portava: o *maillot* seria, assim, uma arma de sedução para as feias. Mas nada disso convenceu as mulheres a abrirem mão de um desnudamento progressivo, que embutia a luta por maiores direitos, inclusive o de gerenciar o próprio corpo – coisas que, em editorial escrito por Miguel Melo na *Gazeta de Notícias* de 14 de março de 1920, foram tratadas como “aberrações feministas” que só trariam, a “algumas exaltadas”, “degradações e ruínas”.

Em 1929, a coluna “Elegâncias”, também da *Gazeta de Notícias*, publicou uma ilustração de trajes para a praia, cuja legenda tentava convencer as leitoras a usar túnicas de diferentes tecidos (Jersey, alpaca, matassol e sarja) em substituição ao *maillot* de malha. Para não se mostrar retrógrada, a jornalista inicia a frase com um pressuposto que não deixava dúvidas: “nem só o *maillot* é bonito”. Uma afirmação aparentemente tão banal, no entanto, só pôde ser escrita com tanta tranquilidade após anos de polêmicas e acordos entre poder público e opinião pública<sup>4</sup>. A imprensa atuava como mediadora, tanto influenciando a opinião pública, como sendo influenciada por ela, como bem mostra toda a trajetória de idas e vindas, de prós e contras, publicados na *Gazeta de Notícias*, um dos jornais de maior circulação no Rio de Janeiro naquele período. Da mesma forma, a relação da imprensa com o poder público poderia variar, ora divulgando positivamente as ações oficiais, ora pressionando-o no sentido de flexibilizar as leis referentes ao assunto, tornando-as mais adequadas aos novos valores e às transformações morais em curso.

Neste último caso, serve como exemplo a matéria publicada na *Gazeta de Notícias* em 04 de dezembro de 1926, sob o título “Os banhos de sol ao ar livre, que a polícia combate, e a palavra do Dr. Carlos Sá”. O artigo publicava as opiniões de um conhecido médico da época, francamente favorável aos banhos de sol pelos benefícios que causavam à saúde, para contestar a ação da polícia de costumes, que insistia em controlar a aparência dos banhistas, coibindo o que era por ela entendido como exageros ofensivos ao pudor. As ações policiais se colocavam, portanto, na contramão da ciência, ou seja, do pensamento

---

<sup>4</sup> Os termos “poder público” e “opinião pública” são aqui usados no sentido que Jurgen Habermas confere a eles em *Mudança estrutural da esfera pública – Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.



racional, fundamental na aprovação das leis pela opinião pública em uma sociedade burguesa<sup>5</sup>:

De um lado são os policiais, em nome da moral, proibindo asperamente a presença, na praia, desses banhistas ensolarados: de outro, são os médicos indignados contra a falta de compreensão da alta finalidade contida no emprego dessa terapêutica moderna. Polícia versus ciência... (*Gazeta de Notícias*, 04/12/1926)

Menos cuidadosa com a opinião pública do que a imprensa, a polícia insistia, ano após ano, em expedir ordens na tentativa de regulamentar as horas de lazer a beira-mar do carioca. Na Zona Sul, o delegado do 6º Distrito Policial tinha poderes para legislar sobre as praias mais frequentadas, Flamengo e Copacabana, sendo também o responsável pela aplicação das mais variadas instruções, que determinavam desde o horário permitido aos banhos até o comportamento dos banhistas, passando, é claro, pelo tipo de vestimenta permitido dentro e fora da água.

Apesar de as questões envolvendo os trajes femininos ganharem maior espaço na imprensa, os trajes masculinos eram o alvo maior da vigilância policial. Segundo as regras ditadas pelas autoridades policiais, o acesso às praias de banhos poderia ser interditado aos homens que portassem roupas que pudessem deixar muito evidentes parte específica da anatomia masculina, como, por exemplo, “o costume denominado ‘macacão’, com calções ou camisas brancas, salvo se forem de lã ou flanela”. Também eram considerados inapropriados os homens que se apresentassem “com a camisa por dentro das calças, com maillot de seda ou de algodão”, ou que não trouxessem consigo “roupão ou capa”, sendo que estes últimos eram facultados aos que se fizessem conduzir “em automóveis ou outro qualquer veículo”. (*Gazeta de Notícias*, 28/09/1926).

Tais leis eram redigidas, no entanto, a posteriori dos fatos, já que os hábitos praianos ainda estavam sendo criados: as possibilidades que se descortinavam eram muitas e eram dirigidas por um vetor que colocava em questão alguns dos preceitos morais cultivados pelas camadas burguesas ao longo do século XIX: o bom gosto, o bom tom, a decência, a respeitabilidade e o controle próprio. O contido comportamento, próprio dos ambientes urbanos, dá lugar, na praia, à descontração e ao improviso. Bom gosto, bom tom e decência são ressignificados, revistos e ampliados, embora não totalmente flexibilizados.

Em uma sociedade ainda sob o signo da disciplina, fazia todo o sentido a existência de uma polícia de costumes, como a que fazia a ronda das praias na Capital da República. Frequentemente questionada pela imprensa, a ação da polícia de costumes era baseada em

---

<sup>5</sup> C.F. HABERMAS, op. cit, p. 72.



conceitos muito estritos sobre divertimento, devendo coibir, segundo as instruções do delegado, quaisquer exercícios que não fossem “puramente natação”, evitar que os banhistas jogassem entre si “areia, cascas de frutas ou outros detritos” e até que desenhassem ou falassem coisas que pudessem ofender “a moral pública” (*Gazeta de Notícias*, 28/09/1926). A principal preocupação da polícia nas praias parecia ser, portanto, a manutenção não apenas da ordem, mas zelar para que naqueles espaços imperasse uma civilidade que, desde o início do século XX, se desejava consolidar na cidade, nem que fosse por decreto<sup>6</sup>.

O episódio relatado pelo jornalista do *Beira Mar* durante o verão de 1927 expõe de maneira muito objetiva os dilemas vividos até mesmo por moradores dos bairros litorâneos, habituados aos apelos à liberdade e ao prazer que a paisagem inspirava. Era preciso, no entanto, saber resistir a tais apelos, pois a falta de autocontrole não era perdoada:

Nada mais agradável do que, num dia de temperatura elevada, uma pessoa se entregar às delícias de um banho de mar.

Assim pensando é que José Rodrigues Amaral, morador à rua Barata Ribeiro n. 369, resolveu banhar-se na praia de Copacabana.

Para levar a efeito o seu desejo, necessitava Amaral de roupa própria e não a tendo, ele entrou na água apenas de cuecas.

E, assim, todos os que passavam, assistiam àquele espetáculo pouco atraente, o que deu causa a que fosse reclamada a ação da polícia. Indo ao local um guarda-civil, Amaral foi preso e trancafiado no xadrez da delegacia do 30º distrito. (*Beira Mar*, 06/02/1927)

As iniciativas do poder público para preservar a civilidade nas praias de banho refletiam a preocupação em manter tais espaços como passíveis de serem consumidos sem sustos por diferentes camadas da população. Havia uma clara preocupação estética, tanto por parte da imprensa, como já vimos anteriormente, como por parte das autoridades policiais, já que, segundo as já citadas instruções baixadas em setembro de 1926, as roupas de banho além de não serem “demasiado curtas”, também não deveriam se apresentar “rotas ou descosidas” (*Gazeta de Notícias*, 28/09/1926).

As preocupações estéticas em relação ao corpo também se intensificaram com o desnudamento efetuado pelos tecidos colantes dos trajes de banho: mesmo as partes do corpo cobertas pela malha eram reveladas, tornando impossível a utilização de artefatos que simulassem formas muito diferentes das de um corpo nu, como acontecia com os trajes de passeio ou de festas. O “recuo do pudor”, segundo Anne-Marie Sohn (2011, p.111), implicou em um novo trabalho sobre o corpo, baseado em musculação e dietética, para que

---

<sup>6</sup> Sobre as ações civilizadoras na Reforma Pereira Passos, c.f. FEIJÃO, Rosane: “A ‘regeneração’ civilizadora”. In: *Moda e modernidade na belle époque carioca*, p. 69-82.

homens e mulheres pudessem exibir músculos firmes em corpos magros e longilíneos, como mandava a moda.

### **Considerações finais**

O processo que fez das praias cariocas um dos pontos centrais no imaginário do Rio de Janeiro teve início com a expansão da malha viária até a Zona Sul e ganhou impulso fundamental nos anos 1920, a partir da consagração daqueles espaços como privilegiados para o lazer, tanto dentro como fora d'água. Mesmo já sendo frequentado pelos moradores da cidade desde o final do século XIX, o litoral só se torna palco de mundanidades quando os efeitos do sol sobre a pele passam a ser vistos como algo positivo e desejado, tornando possível a permanência nas praias por espaços de tempo mais longos.

Os investimentos feitos para a modernização da cidade, no início do século XX, visavam construir uma imagem para Capital da República para que, desde então, ela pudesse assumir o “protagonismo simbólico das representações nacionais” (FREITAS, LINS & SANTOS, 2013, p. 02). Tal papel iria perdurar para além de sua função como centro de decisões política, ou seja, mesmo após 1960, quando ela deixa de ser a capital do país. Para apresentar ao mundo uma imagem moderna e cosmopolita da cidade, em muitos sentidos oposta à imagem colonial, mantida mesmo durante os anos de Primeiro e Segundo Reinados, ficou claro, para os governantes, que somente as intervenções na arquitetura e nos espaços urbanos não seriam suficientes: era também preciso remodelar a aparência e os costumes da população que transitava por ela.

É compreensível, embora nem sempre aceitável, que as esferas de poder público tentassem manter sob controle a forma pela qual a população ocupava os espaços das praias - espaços que, desde sua incorporação à malha urbana, foram considerados áreas nobres da cidade. Os hábitos balneares surgem embebidos em uma atmosfera de liberdade, que mostra, ao mesmo tempo, sua face cerceadora, já que os espaços públicos que os abrigam serão partilhados mediante negociações de pessoas privadas que nele se relacionam como público<sup>7</sup> e desse público com as autoridades que regulamentam – ou tentam regulamentar – o consumo que se faz de tais espaços.

O termo “consumo” é aplicado aqui no sentido da fruição: consumo, portanto, das sensações proporcionadas pelo embate entre o corpo e o ambiente, entre o contato direto que se estabelece entre a superfície do corpo e a superfície daquele ambiente, que é,

---

<sup>7</sup> Cf. HABERMAS, Jurgen: “Estruturas sociais da esfera pública” in: op. cit, p. 42.

também, cidade<sup>8</sup>. O consumo aqui abordado é também criador de novas sensibilidades e de novos constrangimentos para os corpos. Estes, livres das roupas do dia-a-dia, se veem obrigados a manter suas formas sem os artifícios a que já estavam acostumados: a ginástica, a musculação, os esportes e as dietas substituem os coletes, espartilhos e enchimentos para que o corpo se apresente de acordo com os cânones de beleza.

O consumo do corpo, além do que foi abordado nas páginas anteriores, é também realizado pela própria cidade, em um processo que parte das possibilidades de desfrute que a cidade oferece e se volta para a mesma cidade, que incorpora as imagens criadas a partir desses corpos como parte de sua própria imagem. O desnudamento progressivo e o ineditismo dos comportamentos tornados possíveis a beira mar fez com que surgissem novas regras de convivência de forma a regular aproximações e afastamentos, deslocamentos e posturas, olhares e diálogos. Tais regras, de natureza muito diferente daquelas promulgadas pelo poder público, foram sendo construídas e modificadas a partir da vivência do espaço e do entendimento dos limites existentes na liberdade que as praias inspiravam.

## REFERÊNCIAS

- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.
- FEIJÃO, Rosane. *Moda e modernidade na belle époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras e cores, 2011.
- FREITAS, R.; LINS, F. e SANTOS, M.H.. “Brasil em 8 minutos: a (re)apresentação do país na cerimônia de encerramento da Olimpíada de 2012”. Trabalho apresentado ao GT Comunicação em Contextos Organizacionais do XXII Encontro Anual do Compós na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.
- FREYRE, Gilberto. *Sobrados e Mocambos: decadência do patriarcado rural e desenvolvimento do urbano*. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1961.
- HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública – Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.
- MONS, Alain. *Les lieux du sensible – villes, homes, images*. Paris, França: CNRS Éditions, 2012.

---

<sup>8</sup> Sobre o contato entre corpos e cidade, a inspiração veio do capítulo “Épaisseur épidermique” do livro *Les lieux du sensible – villes, homes, images*, de Alain MONS, de onde transcrevo um pequeno trecho a seguir: “La relation aux lieux s’effectuerait *peau contre peau* si l’on peut dire, tout en considérant que ces « épidermes » sont de natures très différentes et que leur contact physique semble paradoxal. Le frémissement épidermique visuelle de la peau humaine et de la matière urbaine qui se « réciproquent » (pour utiliser un mot de Merleau-Ponty) dans l’immanence du milieu. Curieusement, le seul contact se produit dans l’espacement des surfaces en jeu”. (p. 178)

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

SAILLARD, Olivier. *Les maillots de bain – Les cahiers de la mode*. Paris, França: Éditions du Chêne, 1998.

SOHN, Anne-Marie. “O corpo sexuado”. In: COURTINE, J. e VIGARELLO, G. (org.). *História do corpo: as mutações do olhar: o século XX*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

**Periódicos:**

*Beira Mar* (Biblioteca Nacional): 06/02/1927 e 03/04/1927.

*Careta* (Hemeroteca Digital Brasileira): 05/03/1910 e 03/01/1920.

*Gazeta de Notícias* (Hemeroteca Digital Brasileira): 14/03/1920, 13/12/1923, 28/09/1926, 04/12/1926, 25/01/1927, 04/11/1928 e 27/01/1929.