

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

LUCIANA BICALHO DA CUNHA

AS ROUPAS ESPORTIVAS EM *REVISTA* NA
CIDADE DE BELO HORIZONTE (1929-1950):
MOLDES, RECORTES E COSTURAS

Campinas
2011

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

LUCIANA BICALHO DA CUNHA

AS ROUPAS ESPORTIVAS EM *REVISTA* NA CIDADE
DE BELO HORIZONTE (1929-1950): MOLDES,
RECORTES E COSTURAS

Dissertação de Mestrado apresentada à Pós-Graduação da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas para a obtenção do título de Mestre em Educação Física, área de concentração Educação Física e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Carmen Lúcia Soares

Este exemplar corresponde à versão final da dissertação defendida pela aluna Luciana Bicalho da Cunha e orientada pela Profa. Dra. Carmen Lúcia Soares



Assinatura da Orientadora

Campinas
2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR
 ANDRÉIA DA SILVA MANZATO – CRB8/7292
 BIBLIOTECA DA FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA UNICAMP

Cunha, Luciana Bicalho da.
 C914r As roupas esportivas em revista na cidade de Belo Horizonte
 (1929-1930): moldes, recortes e costuras / Luciana Bicalho da
 Cunha. - Campinas, SP: [s.n], 2011.

Orientador: Carmen Lúcia Soares
 Dissertação (mestrado) – Faculdade de Educação Física,
 Universidade Estadual de Campinas.

1. História. 2. Corpo. 3. Roupas esportivas. 4. Educação física
 – História. I. Soares, Carmen Lúcia. II. Universidade Estadual de
 Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.

Informações para a Biblioteca Digital:

Título em inglês: Sports clothes in review in the city of Belo Horizonte (1929–1930): moulds, cuts and seams.

Palavras-chaves em inglês:

History

Body

Sportswear

Physical Education - History

Área de Concentração: Educação Física e Sociedade

Titulação: Mestrado em Educação Física.

Banca Examinadora:

Carmen Lúcia Soares [orientador]

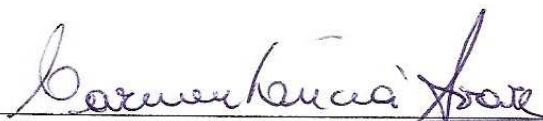
Denise Bernuzzi Sant'Anna

Heloisa Helena Baldy dos Reis

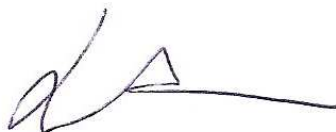
Data da defesa: 12-08-2011

Programa de Pós-Graduação: Educação Física

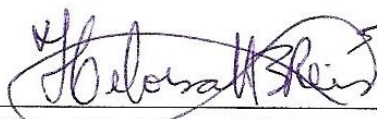
Comissão Julgadora



Profa. Dra. Carmen Lúcia Soares
Orientadora



Profa. Dra. Denise Bernuzzi Sant'Anna



Profa. Dra. Heloísa Helena Baldy dos Reis

À minha tradicional família mineira...

Agradecimentos

Que vai ser quando crescer?
 Vivem perguntando em redor.
 Que é ser?
 É ter um corpo, um jeito, um nome?
 Tenho os três. E sou?
 Tenho de mudar quando crescer?
 Usar outro nome, corpo e jeito?
 Ou a gente só principia a ser quando cresce?
 É terrível, ser?
 Dói? É bom? É triste?
 Ser; pronunciado tão depressa,
 e cabe tantas coisas
 Repito: Ser, Ser, Ser.
 Er. R.
 Que vou ser quando crescer?
 Sou obrigado a?
 Posso escolher?
 Não dá para entender.
 Não vou ser.
 Vou crescer assim mesmo.
 Sem ser.
 Esquecer.

(Carlos Drummond de Andrade)

Este trabalho finda mais uma etapa da complexa e ambígua construção do meu ser, que só foi possível pelo apoio e pela presença de pessoas que foram e são muito importantes em minha trajetória. A vocês, meu reconhecimento!

À FAPESP, financiadora dos meus estudos e das minhas viagens de conhecimento.

Agradeço aos funcionários dos arquivos consultados, principalmente os da Coleção Linhares e os do Centro de Memória do Minas Tênis Clube. Sem a sua presteza e paciência com a minha presença diária por semanas, este trabalho não seria possível.

Aos funcionários da Biblioteca e da Pós Graduação. Aos professores da Pós-Graduação da Unicamp com quem freqüentei as aulas e com quem aprendi e dividi saberes ao longo do mestrado.

Às professoras das minhas bancas de qualificação e defesa, Kátia Danailof, Meily Linhales, Heloísa Reis e Denise Sant’Anna. Obrigada por participarem e por contribuírem para este estudo.

Agradeço, em especial, ao quinto elemento desta banca, importante presença em todo o meu mestrado; Carminha! Muito obrigada pelas orientações, conversas, riso: desafios. O aprendizado que me proporcionou nunca será perdido.

Aos amigos do grupo de estudos, os que permanecem e os que já seguiram outros caminhos: André, Eve, Fer, Kátia, Rô, Marcelo, Dani, Stephanie, Sandra, Rogério, Leo. Foi uma honra dividir com vocês as dores e as alegrias do ser e do estar no mundo acadêmico. E, claro, fora dele também!

Agradeço a todos do CEMEF. Este foi lugar onde aprendi a pensar a História da Educação Física e em que conheci professores e alunos apaixonados pela pesquisa, pelo saber, pelo ensino, pelos quais também me apaixonei. Em especial à Meily, pela presença, atenção e contribuição constante na minha formação.

Aos meus adorados amigos, novos e antigos. Em especial aos amig@s-querid@s-pesquisador@s-ouvintes, que compartilharam comigo as angústias e as maravilhas do fazer mestrado, coisa que só quem faz entende; e aos amigos e amigas distantes mas muito próximos, que muito contribuíram para a escrita deste trabalho, mesmo sem saber como. A todos, obrigada por trazer beleza, gargalhadas e amizade verdadeira à minha vida!

Por fim, agradeço imensamente à minha tradicional família mineira, que me ensinou que certas tradições são importantes, mas que saber se reinventar frente aos desafios da vida é fundamental. Em especial à minha mãe, exemplo de dedicação, perseverança e amabilidade. Muito obrigada mãezinha por todo o seu carinho, amor e acalentos. Ao meu pai, obrigada pela presença, carinho e atenção nesses anos. Aos meus irmãos, Ata e Pinho, muito obrigada pela cumplicidade, pelo apoio e por tornar a minha vida mais completa.

Muito obrigada a todos por me ajudarem a “crescer assim mesmo, sem ser...”

CUNHA, Luciana Bicalho da. **As roupas esportivas em revista na cidade de Belo Horizonte (1929-1950): moldes, recortes e costuras**. 2011, 172 p. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, 2011.

RESUMO

Esta dissertação teve por objetivo compreender e analisar a configuração da moda esportiva na cidade de Belo Horizonte, indiciando traços de uma educação do corpo a ela associada. Buscamos também identificar as idéias de corpo, vestuário e comportamento circulantes na capital, procurando reconhecer interlocutores, projetos e instituições envolvidas nessas prescrições de moda. Para tanto, definimos como fontes documentos que circularam na cidade no período de 1929 a 1950, tais como revistas, livros de memória e documentos iconográficos. O desenvolvimento desta pesquisa nos permitiu perceber a importância da moda esportiva na reconfiguração dos corpos e nos comportamentos na cidade de Belo Horizonte. A nova cultura urbana, baseada na modernização de hábitos e de costumes da população, propõe um novo modelo corporal no qual se configuram novos padrões vestimentares. As roupas destinadas às práticas corporais vão se tornando uma necessidade ao longo do tempo e vão, lentamente, desenhando novas formas do parecer, exibindo partes do corpo antes escondidas e modelando os contornos do novo corpo enrijecido pelo esporte. Para fazer circular todas essas concepções de roupa e corpo, as revistas foram acionadas a divulgar imagens modelos por meio das seções de moda e de publicidade e das fotografias de eventos esportivos. Dessa maneira, as roupas esportivas, em sua materialidade, sentidos e funções, participaram efetivamente de uma revolução das aparências e dos comportamentos na capital mineira.

Palavras-chave: História, corpo, roupa esportiva.

CUNHA, Luciana Bicalho da. **Sports Clothes in review in the city of Belo Horizonte (1929 – 1950): moulds, cuts and seams.** 2011, 172 p. Thesis (Masters in Physical Education) - Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, 2011.

ABSTRACT

This thesis aimed to comprehend and analyze the configuration of sportswear in the city of Belo Horizonte, indicating traces of an education of the body associated to it. We also tried to identify ideas of the body, clothing and behavior that circulated throughout that capital seeking to recognize interlocutors, projects and institutions involved in those prescriptions of fashion. For that, we defined as sources, documents that circulated throughout the city from 1929 and 1950, such as magazines, memoirs and iconographic documents. The development of this research allowed us to realize the importance of sportswear for the reconfiguration of bodies and behaviors in Belo Horizonte. The new urban culture, based on the modernization of habits and customs of the population, proposes a new model of body which configures new dressing patterns. The clothes destined to body practices become a necessity along the time slowly drawing new ways of “appearing to be”, exhibiting parts of the body that were once hidden and modeling the outline of the new body, stiffed by sports. In order to make all those conceptions of clothing and body circulate, the magazines were driven to publicize images through the sections of fashion, publicity and photographs of sporting events. Thus, sportswear, in its materiality, meanings and purposes, effectively took place in a revolution of the appearances and behaviors of the capital of the State of Minas Gerais.

Key-words: History, body, sportswear

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Revistas publicadas em Belo Horizonte no período de 1929 a 1950.....38

Fonte: LINHARES, Joaquim Nabuco. *Itinerários da imprensa de Belo Horizonte* 1895-1954. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.

Tabela 2 – Número de estabelecimentos industriais e pessoal ocupado na indústria do Vestuário, Calçados e Artefatos de Tecido por grupos de indústria – Brasil – 1920, 1940, 1950, 1960 e 1970.....90

Fonte: Brasil. *FIBGE*. Censos Industriais de 1920, 1940, 1950, 1960 e 1970

Tabela 3 – Distribuição dos trabalhadores a domicílio por algumas classes de indústrias.....92

Fonte: Brasil. *FIBGE*. Censo Industrial de 1940

Tabela 4 – Estabelecimentos comerciais têxteis em geral e Pessoal ocupado nos estabelecimentos comerciais têxteis em Minas Gerais nas décadas de 1950 e 1960.....95

Fonte: Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais* – Condições e Reequipamento. 1965. p.35.

Tabela 5 - Produtos e Preços da Loja Pelota Superball.....97

Fonte: Revista *Olímpica*, ano I, n. 2, 1949

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa da Revista <i>Cacique</i>	47
Fonte: Revista <i>Cacique</i> , ano I, n. 1, abril de 1937	
Figura 2 – Capa da Revista <i>Bello Horizonte</i>	48
Fonte: Revista <i>Bello Horizonte</i> , ano I, n. 7, outubro de 1933	
Figura 3 – Capa da Revista <i>Cultura</i>	49
Fonte: Revista <i>Cultura</i> , ano I, n. 1, julho de 1938	
Figura 4 – Capa da Revista <i>Leitura</i>	50
Fonte: Revista <i>Leitura</i> , ano II, n. 20, fevereiro/março de 1942	
Figura 5 – Capa da Revista <i>Novidades</i>	51
Fonte: Revista <i>Novidades</i> , ano VI, n. 74/75, maio de 1944	
Figura 6 – Capa da Revista <i>Minas Tennis</i>	52
Fonte: Revista <i>Minas Tennis</i> , ano I, n. 2, janeiro de 1944	
Figura 7 – Capa da Revista <i>Minas Esportiva</i>	53
Fonte: Revista <i>Minas Esportiva</i> , ano I, n. 2, dezembro de 1944	
Figura 8 – Capa da Revista <i>Olímpica – O Cruzeiro em foco</i>	54
Fonte: Revista <i>Olímpica – O Cruzeiro em foco</i> , ano I, n. 3, 1949	
Figura 9 – Capa da Revista <i>Vida Esportiva</i>	55
Fonte: Revista <i>Vida Esportiva</i> , ano II, n. 12, junho de 1949	
Figura 10 – Capa da Revista <i>América</i>	56
Fonte: Revista <i>América</i> , ano II, n. 3, julho/agosto de 1948	
Figura 11 – Capa da Revista <i>Vida Esportiva</i>	57
Fonte: Revista <i>Vida Esportiva</i> , ano II, n. 14, 1949	
Figura 12 – Capa da Revista <i>O Campeão</i>	58
Fonte: Revista <i>O Campeão</i> , ano I, n. 1, dezembro de 1949	
Figura 13 – A piscina do Athletico.....	75
Fonte: Revista <i>Belo Horizonte</i> , ano I, n.29, 1934	
Figura 14 – Nadadores do Minas Tênis Clube – Na foto: Fernando Ramos da Matta, Danilo Magnavacca, Wilson Pavan e Noil – 1950.....	76
Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube	

- Figura 15** – XVº Aniversário do Minas Tênis Clube – Minas x Clube Regata Saldanha da Gama. Vencedores dos 100 metros, nado de peito. Lola E. Gehard – MTC, Marlene Vieira – MTC e Dayse Gomes de Souza – Clube de Regata Saldanha da Gama (Santos) – 1950..... **76**
 Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube
- Figura 16** – O "Tanque de Brinquedo" na Praça de Esportes – 1948..... **77**
 Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube
- Figura 17** – Banhistas na piscina do Athletico **77**
 Fonte: Revista *Cock-Tail*, ano I, n. 1, p. 06, 1935
- Figura 18** – 1ª Olimpíada do Minas TC – da esquerda para a direita: Roberto Alvarenga, Luiz Anastácio, Hugo Jacques e Mario Carneiro de Resende – 1950 **79**
 Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube
- Figura 19** – Tênis – Minas Tênis Clube – Na foto, da esquerda para a direita: (Não identificada), Bertha Mendes Jeha, Lizete Meimberg – 1948..... **79**
 Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube
- Figura 20** – Tennis, o *sport* da moda **80**
 Fonte: Revista *Cock Tail*, ano I, n. 1, p. 19, 1935
- Figura 21** – Tênis, o esporte elegante **81**
 Fonte: Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 5, 1944
- Figura 22** – Skate-Ball **83**
 Fonte: Revista *Silhueta*, ano I, n. 2, 1932
- Figura 23** – A indústria têxtil em Minas Gerais **88**
 Fonte: Revista da *Produção de Minas Gerais*, ano I, n. 2, 1937, p. 49
- Figura 24** – Publicidade Casa Guanabara **94**
 Fonte: Revista *Comercial de Minas Gerais*, n. 42, 1941
- Figura 25** – Publicidade Casa Ranieri..... **96**
 Fonte: Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 3, 1944
- Figura 26** – Modas **113**
 Fonte: Revista *Novidades*, ano VI, n. 74-75, 1944.
- Figura 27** – Últimas novidades em modas **116**
 Fonte: Revista *Ilustração Mineira*, ano I, n. 2-3, 1929
- Figura 28** – Cinemas **127**
 Fonte: Revista *Montanheza*, ano II, n. 7, 1936.

Figura 29 – Atriz americana Virginia Bruce	130
Fonte: Revista <i>Minas Tênis</i> , ano I, n. 2, 1944	
Figura 30 – Modelo de vestido de esporte	131
Fonte: Revista <i>Alterosa</i> , ano I, n. 1, 1939	
Figura 31 – Modelos de roupas esportivas.....	131
Fonte: Revista <i>Alterosa</i> , ano I, n. 3, 1939	
Figura 32 – Modelos de roupas para espectadoras esportivas.....	132
Fonte: Revista <i>Montanha</i> , ano II, n. 26, 1936.	
Figura 33 – Jogo entre Villa Nova x América.....	137
Fonte: Revista <i>Montanha</i> , ano II, n. 9, 1936	
Figura 34 – Equipe de basquete do América.....	138
Fonte: Revista <i>Minas Esportiva</i> , ano II, n. 13, 1946	
Figura 35 – Equipe de futebol do Metalusina	138
Fonte: Revista <i>Minas Esportiva</i> , ano II, n. 13, 1946	
Figura 36 – Equipe de Vôlei Masculino do Minas Tênis Clube – 1939.....	139
Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube	
Figura 37 – Equipe de vôlei feminino do Atlético	139
Fonte: Revista <i>Vida Esportiva</i> , ano I, n. 2, 1946	
Figura 38 – Jogadoras de tênis do Minas Tênis Clube – 1950.....	140
Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube	
Figura 39 – Nadadores do Minas Tênis Clube – 1950.....	140
Fonte: Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube	
Figura 40 – Evolução dos trajes de banho	143
Fonte: Revista <i>Perspectiva</i> , ano I, n. 1, 1946.	
Figura 41 – Charge	154
Fonte: Revista <i>Montanha</i> , ano I, n. 5, 1936.	
Figura 42 – Propaganda do Centre Goal (1º)	162
Fonte: Revista <i>Bello Horizonte</i> , ano II, n. 34, 1934	
Figura 43 – Propaganda do Centre Goal (2º)	162
Fonte: Revista <i>Cock Tail</i> , ano I, n. 1, 1935	
Figura 44 – Propaganda do cigarro Belmont.....	164
Fonte: Revista <i>Montanha</i> , ano II, n. 14, 1936	

Figura 45 – Publicidade Guanabara.....	165
Fonte: Revista <i>Bello Horizonte</i> , ano XIV, n. 184, 1946	
Figura 46 – Publicidade do tônico Raul Leite	167
Fonte: Revista <i>Alterosa</i> , ano I, n. 1, 1939	
Figura 47 – Publicidade do tônico Galatol.....	169
Fonte: Revista <i>Vida Esportiva</i> , ano II, n. 6, 1947	
Figura 48 – Publicidade do sabonete Araxá.....	171
Fonte: Revista <i>Montanheza</i> , ano II, n. 9, 1936	

SUMÁRIO

1 – PRIMEIRAS COSTURAS.....	21
2 – DOS CORTES E RECORTES TEMPORAIS E METODOLÓGICOS	27
2.1 – Sobre as revistas	34
3 – O CORPO E A ROUPA NOS ESPAÇOS DE SOCIABILIDADES DA CIDADE	59
3.1 – Do esporte às roupas.....	70
3.2 – Da produção do tecido à comercialização da roupa	84
4 – AS ROUPAS ESPORTIVAS EM <i>REVISTA</i>	101
4.1 – Dos primeiros modelos e sentidos	114
4.2 – Da circulação das roupas	123
4.3 – Os esportes: suas roupas, seus corpos.....	132
4.4 – Novas conformações do corpo: relações entre beleza, moda e esporte..	145
5 – PARA SER VISTO	155
5.1 – Para ser consumido	160
6 – ARREMATES FINAIS	173
7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	177
8 – FONTES E ARQUIVOS	187

1 – PRIMEIRAS COSTURAS

A vida de acordo com a moda é, sob um aspecto objectivo, uma amálgama de destruição e de construção: na aniquilação de uma forma anterior o seu conteúdo obtém o seu cunho próprio, possui uma unidade peculiar, na qual a satisfação do impulso destrutivo e do impulso para conteúdos positivos não devem se separar. (Simmel, 2008)

O eterno, de qualquer modo, é, antes, um drapeado de vestido que uma idéia (Benjamin, 2006)

Assim como o unir e o diferenciar, funções básicas da moda, se conectam de modo inseparável, no qual um, ainda que oposto ao outro, torna-se a condição da sua realização,¹ a sedução e o conforto, a beleza e a funcionalidade se reúnem sob uma enigmática harmonia para compor as roupas esportivas do início do século XX. Inseridas no universo da moda, mas não somente por ele conformadas, as roupas esportivas expressam sentidos que vão da lógica urbana à *performance* corporal. Longe de ser linear, sua história comporta acordos e conflitos, continuidades e descontinuidades. Dessa maneira, essa narrativa que aqui se estabelece não tratará de buscar o passado perdido desses trajes mas, no passado, tornar visível o futuro que se prometia.² Na busca de possibilidades interpretativas da relação entre esporte e roupa, procuramos, neste texto, compreender a configuração de uma moda esportiva em Belo Horizonte em meados do século XX, apontando seus aportes nos corpos e nos comportamentos em circulação nesta cidade.

No fascínio pela riqueza das fontes, carregadas de imagens, representações e sensibilidades de uma época, uma infinidade de discursos dirigidos à cultura do vestir instigaram-nos a pensar a sua importância e centralidade no processo de educação do corpo na longa duração. O início, portanto, deste percurso acadêmico no estudo das roupas deu-se a partir do trabalho de conclusão de curso, no qual procuramos investigar quais eram as prescrições de moda, os significados culturais a ela atribuídos, assim como suas contribuições para a educação do corpo e das sensibilidades na sociedade de Belo Horizonte, tendo as revistas produzidas em Belo Horizonte no período de 1897 a 1930

¹ Georg SIMMEL, 2008.

² Walter BENJAMIN, 1994.

como fonte.³ Uma primeira problematização a respeito da relação entre as roupas e os corpos nas revistas evidenciou uma preocupação constante em remodelar hábitos, comportamentos e corpos por meio dos diferentes usos e tipos de indumentárias. As prescrições de que roupa usar, onde e quando usá-las, por meio de textos, mas principalmente de imagens, se faziam presentes na maioria das revistas circulantes na cidade, independentemente do público ou do grupo social a que se destinavam.

Nas primeiras décadas do século XX, a “jovem” Belo Horizonte passava por um processo de construção social e cultural pautado na ruptura com uma sociedade tradicional e rural, transformando-se em uma cidade moderna, culta e civilizada.⁴ Seus habitantes, provindos em sua maioria de outras cidades de Minas Gerais, precisavam vencer a resistência dos antigos hábitos interioranos e instaurar novas maneiras de estar naquele lugar, em acordo com os princípios modernos e republicanos. No ano de sua inauguração, 1897, Belo Horizonte já contava com 12.000 habitantes, em sua maioria trabalhadores rurais e operários, que ocupavam os espaços fora dos contornos determinados para ser o centro e o coração da cidade moderna. Este era ocupado pela elite e pelo funcionalismo público.⁵ Até a década de 1930, o número de habitantes cresceu para aproximadamente 117.000. Entre praças e parques públicos, cafés, alguns poucos cinemas e teatros, a crescente sociedade belorizontina de início do século XX ainda vivia o tenso processo de reconhecer e se reconhecer nos tempos e lugares da cidade.⁶

Em meio a esse contexto, a imprensa surge como forma de produção de identidade e de visibilidade dos diferentes grupos sociais, estabelecendo padrões e habituando a sociedade às novas exigências dadas pelo espaço e pelo tempo. Nesse sentido, a moda aparece nos discursos das revistas como um elemento a mais na definição dos novos papéis

³ Monografia de conclusão de curso de Graduação em Educação Física-UFMG, denominada “Prescrições de moda e corpo: as revistas em circulação na cidade de Belo Horizonte entre 1894 e 1930”, orientada pela Prof^a. Dra. Meily Assbú Linhales.

⁴ A cidade de Belo Horizonte foi projetada para ser a nova capital de Minas Gerais. Seu planejamento iniciou-se em 1891 e sua inauguração ocorreu no ano de 1897. Em seu projeto, Belo Horizonte aparece como um signo do novo tempo, centro de desenvolvimento intelectual e de novas formas de riqueza e trabalho, irradiadora da civilização e do progresso, um lugar moderno, higiênico e elegante, capaz de consolidar um poder vigoroso e de assegurar a unidade política do Estado. Sobre a construção da capital mineira e o processo de cidadania e educação da população, ver VEIGA (2002).

⁵ No ano de 1912, esse quadro ainda se mantinha. Com uma população de 38.822 habitantes, a maioria se concentrava na zona suburbana. (Pinto, 1913, *apud* Veiga, 2002). Isso indica que a ocupação da cidade trouxe problemas que escaparam ao projeto civilizador dos construtores da capital.

⁶ Dos espaços de divertimentos citados inaugurados até a década de 1930, destacam-se o Cine Floresta, o Cinema Avenida, o Cine Éclair e o Progresso; o Teatro Municipal; a Praça da Liberdade; o Parque Municipal.

a serem exibidos pelo corpo. Ela seria um novo objeto que deveria encarnar rupturas profundas com velhas formas de organização cultural e social. Novos códigos e novas sociabilidades articulam discursos e práticas e redefinem modos de ser e de parecer em que os diferentes modos de se vestir tornam-se importantes. Tanto os corpos quanto os comportamentos foram pela moda influenciados, induzindo a incorporação de novos estilos de vestimenta e alimentando o desejo de buscar novas maneiras de se portar e de parecer, condicionadas por valores éticos e estéticos dessa sociedade.

Homens e mulheres são, historicamente, seres dualistas, ou seja, carregam em si uma gama de elementos que os tornam uma poderosa unidade. Cada um possui uma forma particular de unir o interesse pela igualdade e pela duração ao interesse pela mudança e pelo único.⁷ Na materialização social dos opostos, a moda se concretiza como uma manifestação desse dualismo, do trânsito dos interesses humanos. “A moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário.”⁸ Ela é o culto ao presente, esforçando-se cada vez mais por desvencilhar-se do passado e por acentuar o poder da mudança. É por meio do jogo de difusão geral de uma tendência para posterior aniquilação da mesma que ela fascina, pelo encanto da novidade e da efemeridade. Somente após o rompimento total com o passado é que a moda se permite voltar a ele e ressignificá-lo, num movimento constante de idas e vindas, de se posicionar na tênue divisa entre passado e futuro. Daí sua força de tendência cultural, não somente no que diz respeito às roupas mas também aos gostos. A sociedade belorizontina, na busca por sua identidade, teve na moda um espaço para imprimir valores da modernidade no domínio mais íntimo de cada indivíduo: seu corpo.

O esporte também aparece como uma estratégia de configuração da identidade da capital mineira.⁹ Afirmando novos padrões e valores, o esporte destaca-se como fenômeno de representação de novos ritos a serem instaurados na cidade. A prática esportiva envolvia códigos a serem incorporados no cotidiano dos indivíduos e dos grupos. Para além de sua prática, a aproximação da população com o esporte surgia como necessária a essa

⁷ Georg SIMMEL, 2008.

⁸ Georg SIMMEL, 2008, p. 24.

⁹ Sobre a história do esporte em Belo Horizonte, ver os estudos de Rodrigo Moura (2010) e Rafael Ribeiro (2007).

incorporação dos novos códigos, seja na condição de espectador, de observador ou de crítico. Os eventos esportivos, assim, afirmam-se nesta cidade em construção como uma forma de divertimento, tornando-se símbolos do que era novo. Foi, também, por meio de espaços e de tempos criados pelo esporte que novas sociabilidades se produziram, agregando e fazendo circular indivíduos e grupos cuja visibilidade corporal e comportamental expressava os novos padrões urbanos. O esporte trazia, em sua lógica e em seu conteúdo, aspectos que tocavam ideais de polidez, de civilidade e de autocontrole, ideias constantes nos discursos que incentivavam e, por vezes, exigiam, a presença da população, assim como a realização de eventos dessa natureza. Ocupar, portanto, os espaços e seguir os tempos que o esporte instaurava e oferecia era alimentar um espírito urbano, era ampliar a existência de um tipo novo de divertimento que somente a cidade poderia oferecer.

Ao unir a moda ao esporte, instituições consagradas a serem difusoras de valores e significados culturais novos e, sobretudo, urbanos, a moda esportiva torna-se uma importante representação do moderno. Conforme analisou Soares (2009), o lugar de destaque dado ao esporte e aos seus códigos revela um apelo à exibição dos corpos e “uma preocupação com a resistência física e com a performance corporal que se traduzem por uma aparência juvenil e provocante, sempre sublinhada pelo tipo de roupa, mais ou menos adequada, que se veste.”¹⁰ Concordando com tal fato, alguns estudos, como o de Lipovetsky (1989) e o de Mendes e Haye (2003) indicam que os códigos esportivos definitivamente adentraram na moda, afirmando não apenas a possibilidade de ver, mas, também, de ser visto.

A relação entre esporte e vestuário deu-se tanto pela necessidade de vestir-se bem nos eventos esportivos quanto pela estruturação de uma moda dedicada aos esportes. Uma vez que os espaços destinados aos eventos esportivos, como os clubes, se configuraram como tempo de produção de ideias e de referenciais de ser esportivo/moderno, o parecer e o vestir tiveram, portanto, lugar de destaque nesse ambiente. Nesses eventos esportivos,

¹⁰ Ver, especialmente, *Etude des vêtements spécialisés destinés aux pratiques corporelles et sportives à São Paulo (Brésil): entre esthétique, confort et efficacité (1920-1960)*. In: DANIEL, Laurent. *L'Art et le Sport. Actes du XII Colloque International du Comité Européen pour l'Histoire du Sports*. Lorient : Atlantida-Musée national du Sport, Tome 1, 2009, p. 63-71; “Vêtements” In ANDRIEU et BOËTSCH, *Dictionnaire du Corps*, (2a. ed.), 2008, p. 338-340.

lugares de visibilidade, o corpo precisava se inscrever nessas práticas, enfatizando sua presença também pelo vestuário.

Até o final da década de 1920, quase nada se falou nas revistas sobre trajes esportivos especializados. O espaço dado a eles pelas revistas configurava-se pelos comentários e críticas feitos pelos jornalistas e leitores a partir de fotografias de eventos esportivos. Os trajes femininos e masculinos buscavam cortes mais simples, mas ainda insistiam na incorporação dos códigos dos trajes de passeio. Pouco se pensava na funcionalidade dos modelos; as mulheres ainda precisavam parecer delicadas e os homens, austeros. Os trajes pensados e planejados para esse momento de prática apareceram nas páginas *revisteiras* apenas no final da década de 1920. As roupas destinadas às práticas corporais e esportivas passam a ter especificidades, modelos próprios que passam a reger uma nova maneira de se produzir e de se vestir nesses momentos.

Visto isso, algumas perguntas foram surgindo. Que trajes eram esses permitidos e incentivados? Quais códigos eles carregavam? Qual é o seu papel nesses espaços de sociabilidade, de divertimentos? Como eles contribuía para a educação de corpos? Seria a roupa esportiva uma técnica corporal? Como a população belorizontina se apropriou desses códigos? Por fim, como se desenvolveu o processo de representação da moda esportiva na capital mineira?

As questões provocadas por este objeto são abundantes. Indagações que desconstroem e reconstroem a todo momento este estudo. No intuito de respondê-las, estabelecemos por objetivo conhecer como a moda esportiva se inseriu e criou significados nessa sociedade, compreendendo a circulação da roupa esportiva na vida da cidade e dos indivíduos que as portavam, dos esforços para adquiri-las e exibi-las. Para tanto, definimos como fontes documentos que circularam na cidade no período de 1929 a 1950, especialmente revistas, mas também livros de memória e documentos iconográficos. Procuramos, ainda, identificar as idéias de corpo, vestuário e comportamento circulantes na capital, buscando reconhecer interlocutores, projetos e instituições envolvidos nessas prescrições de moda. A idéia de que a moda, mais especificamente a esportiva, contribuiu para o movimento de estruturação da cultura urbana de Belo Horizonte é também problematizada neste estudo.

2 – DOS CORTES E RECORTES TEMPORAIS E METODOLÓGICOS

Considerada como algo supérfluo e condicionada a “modinhas” passageiras que pouco influíam na dinâmica social, a história associada às roupas fundamentava-se basicamente numa espécie de registro cronológico de suas mudanças ao longo dos séculos. Sem dúvida, esse inventário das vestimentas teve e ainda tem sua importância na história da moda, mas o simples relato das diferentes formas que elas iam se configurando na longa duração não consegue abarcar a completude e a complexidade de análise que esse tema requer. Num movimento de renovação e de ampliação das abordagens metodológicas relativas a essa temática, que tiveram como referências os estudos de Daniel Roche, Roland Barthes e Fernand Braudel, a história do vestuário mostrou ser mais que uma cronologia: é também uma narrativa que se delineia circularmente, na qual as perspectivas social, cultural e econômica estão profundamente interligadas.¹¹ A indumentária, enquanto fato social de comunicação, reflete as transformações da cultura, das técnicas, das sensibilidades; entre liberdade e sujeição, a moda se presta a todos os jogos de distinção e poder.¹² A possibilidade de se compreender culturas, pensamentos e escolhas por meio do estudo de qualquer objeto, ainda que seja o mais comum, e de sua relação com o homem é que Daniel Roche chama de história das coisas banais, ainda que elas pouco se constituam de banalidades. O estudo das vestimentas participa de um projeto de história cultural sensível “à maneira como as idéias e as práticas se articulam com o mundo social, sensível também às encruzilhadas que atravessam uma sociedade, à diversidade dos empregos de materiais ou de códigos compartilhados”.¹³

Apoiado nos estudos da semiologia, Barthes (2005; 2009) se aprofunda no debate sobre as roupas como parte de um sistema simbólico, uma linguagem capaz de produzir valores sociais. O autor traça também uma diferença fundamental entre roupa e costume: a primeira se apresenta como realidade individual, é o próprio ato de vestir-se; o segundo, ao contrário, mostra-se como uma realidade institucional, social.¹⁴ Essa diferenciação torna-se importante quando Barthes afirma que a história do costume propõe dilemas essenciais que

¹¹ Daniela CALANCA, 2008.

¹² Daniel ROCHE, 2000.

¹³ CHARTIER, 1989, *apud* ROCHE, 2000, p. 17.

¹⁴ Daniela CALANCA, 2008.

perpassam toda a análise cultural e testemunha, de certa forma, a contradição da ciência da cultura, afinal todo fenômeno cultural é, ao mesmo tempo, produto e resistência da história. E assim o é a vestimenta: continuamente construída e reconstruída em resposta à natureza, à função e à amplitude variáveis, internas ou externas ao próprio sistema da moda. Portanto, a escrita da história da moda não deve deixar de considerar essa pluralidade de aspectos conformadores de seu campo.

Para Braudel (1995-1996), a história do vestuário está inserida no âmbito da cultura material, em que a roupa e as relações com ela estabelecidas revelam as estruturas e os conflitos sociais. O autor mostra que em sociedades que possuem, ou possuíam, estruturas sociais rígidas, como as orientais, por exemplo, a lógica da moda não consegue existir pois, baseada na presença do novo e na reformulação do passado, ela só conseguiria se impor naqueles locais onde as mudanças sociais e estéticas fossem aceitas e desejadas. Estudar as roupas, portanto, não é simplesmente adentrar no mundo dos objetos. Para além deles, é entrar no mundo das palavras e das linguagens.

De uma maneira geral, esses estudiosos abrem possibilidades para pensar outras histórias possíveis do vestuário a partir da conexão das relações sociais que dão significados às suas formas e aos seus usos. Enquanto parte de uma cultura material, esse objeto banal denominado vestimenta não se reduz a uma simples materialidade ou a um instrumento de comunicação. Como afirma Roche, os objetos e as relações humanas que eles criam “não pertencem apenas ao porão ou ao sótão, ou então simultaneamente aos dois, e devemos recolocá-lo em redes de abstração e sensibilidades essenciais à compreensão dos fatos sociais”.¹⁵

O estudo da moda, pensada enquanto fenômeno social imputado pelas mudanças dos gostos, das escolhas e dos hábitos coletivos, contribui para a compreensão da experiência humana em sociedade. Segundo Calanca (2008),

“Moda” é um desses termos que, usados em múltiplos contextos, oferecem um quadro comum de referência e reflexão para uma série de aspectos da vida social. Alude, numa primeira instância, à dicotomia temporal entre o “velho” e o “novo”, entre o presente e o passado, entre a

¹⁵ Daniel ROCHE, 2000, p. 13.

imobilidade e a mobilidade. É a experiência das aparências que pressupõe “objetos” nos quais se manifestar; é a função e conteúdo estético.¹⁶

Como um sistema, a moda se insere nas diferentes esferas da vida social, influenciando comportamentos, idéias, objetos e linguagens. Portanto, não se restringe ao universo das roupas. Delimitada por temporalidades fugazes, os diversos setores da vida coletiva se vêem por ela tocados ao longo da história, como a arquitetura, o modo de se portar e, até mesmo, as artes. O próprio uso do termo “moda” é ressignificado na longa duração. O uso da palavra moda, na Itália do século XVII, é amplo, aludindo à busca da elegância e à mutabilidade no que diz respeito às roupas, às convenções sociais e aos modos de pensar e escrever por parte de uma classe privilegiada. Na França do século XVII, o termo moda refere-se, de um lado, aos estilos de vida e aos usos consolidados e, por outro, a tudo que se transforma no espaço e no tempo.¹⁷ Nesse sentido, pode-se afirmar que a moda é todo um conjunto de tendências que orientam os hábitos e as aparências, variando ao longo dos tempos e das sociedades. Pode-se dizer também que

É um modo de comer: o horário das refeições varia na Europa conforme os lugares e as classes sociais, mas também conforme a moda. (...) Também é uma moda a maneira de caminhar, não menos do que a de cumprimentar. É necessário tirar o chapéu ou não? O hábito de tirar o chapéu diante dos reis, na França, teria provindo dos nobres napolitanos, cuja reverência surpreendeu Carlos VII e teria servido de lição. (...) Mas é também o cuidado com o corpo, o rosto, os cabelos.¹⁸

No entanto, é nas roupas que a moda exprime mais claramente suas preocupações; é nela que se tornam mais visíveis os seus traços e significados. De fato, a vestimenta comporta em si, para além do sistema da moda, discursos históricos, econômicos e tecnológicos, que podem ser entendidos como uma forma de linguagem, na qual homens e mulheres delineiam sua posição e sua relação com o mundo. Linguagem essa com que a moda aprendeu a jogar a fim de acelerar seu consumo, e as variações de um vocabulário especializado seguiram a mudança, contribuindo, ao mesmo tempo, para a sua evolução.¹⁹

¹⁶ Daniela CALANCA, 2008, p. 11.

¹⁷ Daniela CALANCA, 2008.

¹⁸ Fernand BRAUDEL, 1995, p. 296-297.

¹⁹ Daniel ROCHE, 2000.

O vestuário, por seu caráter distintivo de gênero e *status* social, constitui-se como um indício das mudanças nas relações sociais e tensões entre os diferentes grupos que se formam na vida coletiva, ou seja, ele indica como as pessoas, nas diferentes épocas, veem sua posição social e negociam as fronteiras de *status*.²⁰ Segundo Crane (2006), até a Revolução Industrial e o surgimento da confecção das roupas por máquinas, as vestes se incluíam entre os mais valiosos pertences de uma pessoa. As roupas eram consideradas valiosas formas de propriedade para serem legadas a parentes e criados após a morte, e os tecidos eram tão caros que constituíam moeda de troca ou substituíam o ouro como forma de pagamento por serviços. A partir do século XIX, as roupas foram democratizadas, pois todas as classes passaram a adotar tipos semelhantes de indumentárias. O século XX assiste a uma gradativa perda de importância econômica das roupas em relação aos séculos anteriores, mas não da sua importância simbólica. “A natureza da moda mudou, assim como as maneiras pelas quais as pessoas respondem a ela.”²¹ São as normas e os valores de cada época que permitem ao vestuário assumir um significado social construído no tempo por um costume ou tradição, ou um significado social codificado pelo sistema da moda.²²

As maneiras de vestir de uma época indiciam os sentidos da vida coletiva a partir das relações entre os homens e dos mesmos com seu corpo. Ao cobrir o corpo, a roupa põe em questão uma significação do corpo, culturalizando-o. O ato de vestir pode ser pensado como uma transformação do corpo, saído de um estado “natural”, que passa a ser investido de uma identidade. Transformação essa que transcende a esfera biológica, como também abarca a esfera do cultural, do estético, do psicológico, do social e até mesmo do religioso.

Nessa direção, portanto, as roupas, os objetos com os quais cobrimos o corpo, são as formas através das quais os corpos entram em relação com o mundo externo e entre eles. O corpo revestido pode ser considerado, substancialmente, uma “figura” que exprime os modos pelos quais o sujeito entra em relação com o mundo.²³

Se considerarmos, portanto, a roupa como uma forma de significar o corpo, podemos pensar a moda como uma maneira de fazer esse corpo estabelecer relações com o

²⁰ Diana CRANE, 2006.

²¹ Diana CRANE, 2006, p. 29

²² CALEFATO, 1999, *apud* CALANCA, 2008.

²³ Daniela CALANCA, 2008, p. 17.

mundo, mantendo ou subvertendo as fronteiras simbólicas nele estabelecidas. A roupa e a moda estão intrinsecamente ligadas e faz-se impossível pensar uma isoladamente da outra. A história do vestuário é a referência privilegiada quando se problematiza a moda; é com base nas metamorfoses dos ritmos e estilos do vestir que se debruça a história da moda. “A esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura da organização do efêmero.”²⁴

A história das roupas esportivas não escapa aos fluxos e refluxos do sistema da moda e às significações do corpo pela roupa. A especificidade pedida por estes trajes, codificada pela moda e pelo esporte, principalmente, dá lugar a modelos especiais que vão se reconfigurando ao longo do tempo. Junto a elas, novas formas corporais vão se destacando de acordo com os valores estéticos e morais em voga.

Elemento da cultura material, as roupas representam também uma acumulação de conhecimentos científicos, de técnicas e de tecnologias e são uma resposta humana às agressões do meio. Cada atividade humana vai exigir, assim, uma categoria particular de roupa, de tecido e mesmo de cor, em relação estreita com a maneira de viver e com as singularidades do pudor. (...) A beleza e a eficácia dos gestos, entretanto, não estiveram sempre diretamente ligadas às roupas especiais, nem ao conforto e nem mesmo à possibilidade de aumentar as performances, como é o caso do esporte moderno. (...) elas nos remetem a um mundo de valores, de códigos e de significações sociais e culturais. Pela aparência valorizada, pelo contorno do corpo acentuado ou depreciado, o corpo ganha uma presença e mesmo uma mobilidade que vai, assim, ser pouco a pouco marcada e mesmo redesenhada pelo que se veste.²⁵

A história das roupas esportivas que aqui se pretende contar é passada em um lugar – Belo Horizonte – e tempo específicos – 1929 a 1950. A temporalidade estabeleceu-se no contato e na análise das fontes junto ao diálogo com a literatura. Como característica fundamental da pesquisa histórica, o conhecimento dos fatos e atores do passado se apresenta por meio dos vestígios. Seja por um objeto, por um testemunho escrito ou por uma imagem, esses documentos podem ser entendidos como uma marca do passado,

²⁴ Gilles LIPOVETSKY, 1989, p. 24.

²⁵ Carmen Lúcia SOARES, 2010, p. 74-75.

perceptível aos sentidos, deixada por um fenômeno em si mesmo impossível de captar.²⁶ Na busca desses vestígios, é necessário ir além do que é dito, ver além do que é mostrado. É necessário apurar o olhar para se perceber detalhes, elementos que talvez passassem despercebidos. É olhar o dito e o não dito, as semelhanças e as contradições, o incentivado e o resistido.

Foram os vestígios deixados pela imprensa e pela história da imprensa em Belo Horizonte que definiram as arestas deste estudo. Segundo Castro e Linhares (1995), uma cultura na publicação de periódicos da capital mineira foi marcada por três grandes fases até a primeira metade do século XX. A primeira compreende o início da imprensa belorizontina, em 1895, quando surge o primeiro periódico com a capital ainda em construção, até 1926, quando é publicado o primeiro grande jornal da cidade, o *Correio Mineiro*. Esta fase é caracterizada pelos primeiros passos da imprensa, entre amadorismos e efemeridades, deficiência de material, dinheiro e público leitor. A segunda fase, iniciada no ano de 1927, foi marcada pela modernização da imprensa, com a chegada de melhores equipamentos e de profissionais mais qualificados. A maior permanência dos periódicos, uma transformação na linguagem, na técnica e no projeto gráfico são evidências de uma profissionalização da imprensa que se enraíza na capital, o que não exclui a coexistência de publicações ainda amadoras. Por fim, a terceira fase inicia-se com o advento da televisão, no ano de 1950, que provoca mudanças estruturais na imprensa escrita e na relação do público/expectador com a forma de transmissão da informação. Segundo a autora, o advento da televisão e as transformações da década de 1960 configuraram a terceira fase, a qual mostra sua face mais madura na década de 1970.

O período desta pesquisa se define a partir dessas três fases da imprensa de Belo Horizonte, uma vez que as revistas produzidas e circulantes na capital compõem o principal corpo documental deste trabalho. Considerando que as revistas são um lugar de memória, que possibilita a compreensão do movimento das idéias que moldam uma determinada época e sociedade,²⁷ pareceu-nos mais legítimo considerar seus marcos históricos na definição da temporalidade deste estudo a estabelecê-la a partir do contexto global e supostamente homogêneo da época.

²⁶ Marc BLOCH, 2001.

²⁷ PLUET-DESPATIN (1996) *apud* VELLOSO (2010)

Dessa maneira, a delimitação temporal desta pesquisa situa-se na segunda fase da imprensa de Belo Horizonte. O marco inicial definido no ano de 1929 justifica-se porque, neste ano, foi publicada a primeira prescrição de uma moda dedicada aos esportes. Ainda que a segunda fase tenha se iniciado em 1927, não se encontrou nenhum direcionamento ou prescrição no que diz respeito aos trajes esportivos nas revistas produzidas até então na capital mineira. Tal prescrição foi veiculada na Revista *Ilustração Mineira*, fato que representa um marco importante da história das roupas esportivas na capital.

Como delimitação temporal final, definiu-se o ano de 1950, por ser o ano da última revista dedicada aos esportes publicada durante a fase analisada, a qual teve como marco final a revolução da informação causada pela televisão. Para este estudo, foram selecionadas revistas produzidas na cidade de Belo Horizonte, independentemente do gênero a que pertenciam, ou seja, revistas de cunho literário, de variedades, de cunho esportivo ou institucional, dentre outras, foram analisadas.²⁸ Dentre elas, consideramos importante destacar as revistas esportivas circulantes na capital como uma escolha balizadora, pois acreditamos que carregariam uma profusão de discursos e de imagens sobre o esporte fundamentais para este estudo. A primeira publicação desse gênero foi lançada em 1941, denominada *Minas Tênis*, e a última foi lançada em 1950, denominada *Minas Clube*. No período circunscrito a essas duas datas, outras nove revistas esportivas foram postas em circulação na capital.²⁹ As revistas esportivas eram, em sua maioria, instrumentos de divulgação dos principais clubes da cidade, como o Clube Atlético Mineiro, o Cruzeiro Esporte Clube, o América Futebol Clube e o Minas Tênis Clube. Elas eram um veículo por excelência de divulgação dos grandes feitos e dos esportistas que representavam os clubes, conferindo-lhes visibilidade e notoriedade. Grande parte de suas páginas eram ocupadas por notícias relativas ao futebol, uma vez que este era o esporte referência desses clubes, à exceção do Minas Tênis. Aliados a elas, textos e imagens dedicados à natação, ao basquete, ao vôlei, ao tênis, dentre outros, forneciam um quadro representativo do cenário esportivo e das roupas esportivas de Belo Horizonte.

²⁸ Foram identificados 106 títulos de revistas produzidos em Belo Horizonte dentre os anos de 1929 a 1950. Desse total, 13 títulos não foram localizados nos arquivos. Sobre as publicações periódicas em Belo Horizonte, ver CASTRO, Maria Ceres Pimenta S. Estudo crítico e nota bibliográfica. In: LINHARES, Joaquim Nabuco. *Itinerário da imprensa de Belo Horizonte: 1895-1954*; Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1995.

²⁹ Revistas *Minas Esportiva* (1943), *Tabela* (1944), *Olímpica* (1944), *Minas Turfista* (1945), *Vida Esportiva* (1946), *Olímpica* (1946), *América* (1947), *Mackenzie* (1949), *O Campeão* (1949).

Como principais fontes desta pesquisa, as revistas produzidas e circulantes na capital se apresentam como um rico suporte de apresentação de documentos de diversas naturezas, imprimindo a eles representações de usos e costumes de uma sociedade. É uma pluralidade de discursos, sob a forma de textos ou imagens, que (re) produzem um ideário ou imaginário de um quadro histórico. Como documentos educativos, os discursos neles presentes procuravam instaurar novas formas de ser e estar na cidade, direcionando-se, muitas vezes, para os tempos e espaços dos divertimentos, dizendo, explícita ou implicitamente, como se vestir, como se portar, como viver.

Outras fontes analisadas foram os documentos iconográficos produzidos no período proposto. Entendemos que indivíduos e momentos retratados pela fotografia possam também representar situações idealizadas daquilo a que se propuseram mostrar, sabendo que, por trás das câmeras há indivíduos e instituições com percepções da realidade e com intenções políticas, sociais e comerciais. Ainda assim, esses documentos não deixam de indicar representações de uma determinada sociedade em um determinado tempo.

Por fim, a literatura, que, por meio de interpretações e representações dos intelectuais da época, pode retratar a cidade, seus espaços e habitantes, hábitos e sensibilidades, sob um ponto de vista único, pessoal.

A partir do diálogo com essas fontes, interessa-nos compreender e analisar a configuração da moda esportiva na cidade de Belo Horizonte, indiciando traços de uma educação do corpo a ela associada

2.1 – Sobre as revistas

Fonte principal deste estudo, o impresso periódico denominado revista destaca-se por sua composição múltipla de temas e de formas de registro, em que imagens e textos narram de maneira envolvente o passado. Diferentemente dos jornais, possuidores de uma linguagem mais imediata e de formatação mais simples, as revistas investiam nos atrativos proporcionados pelos recursos gráficos, como o uso de imagens e cores, modernas diagramações e papel de maior qualidade. Tais características tornavam sua leitura mais amena, prazerosa e sedutora aos olhos dos leitores da época que, deslumbrados pelos

recursos visuais, consumiam, com efeito, suas idéias e representações. Inaugurando uma nova linguagem no periodismo por meio das interações entre imagem e texto, técnica e estética, notícia e entretenimento, as revistas tornam-se singulares e de grande importância como meio de comunicação.

Situando-se na correnteza dos acontecimentos e daí extraindo seu roteiro de idéias e pontos de discussão, a revista é marcada por uma leitura dinâmica e reflexiva. É justamente por essa sua relação específica com a temporalidade que ela se distingue nitidamente do jornal. Se ambos se debruçam sobre um tempo acelerado, típico da cultura do modernismo, a revista não visa captar a realidade imediata. Ela se esforça para torná-la objeto de reflexão. Pode-se concluir que é a imagem de uma escrita provisória, marcada pelo caráter inacabado, que diferencia as revistas dos demais suportes de informação.³⁰

Desprovida do caráter duradouro dos livros e da objetividade dos jornais, a revista mostrava-se como importante veículo de difusão dos novos ritmos e das funções da vida moderna. Padrões de comportamento e valores culturais eram postos em circulação por meio da apresentação e da valorização de práticas sociais desejáveis e de ilustrações de modelos do homem e da mulher modernos. As representações dadas por esse impresso eram valorizadas pela aparente sofisticação da forma de divulgá-las, seja pelas fotografias, seja pela publicidade, seja pelos textos literários. Cada elemento desse produto da imprensa escrita, com sua parcela de importância, configura um quadro histórico expressivo das vontades e dos desejos de uma época materializados nas letras, nas imagens e nos papéis revisteiros.

A realidade social veiculada pelas revistas, por ser envolvente aos olhos daqueles que buscam uma representação do passado, precisa ser cuidadosamente analisada. Na virada do século XIX para o XX, o periodismo transformou-se em um produto a ser comercializado e, portanto, inserido em um mercado regido pela ordem do lucro. Ainda que incipiente nas primeiras décadas do século XX, principalmente em Belo Horizonte, as publicações periódicas para se manterem precisavam atender e suprir as expectativas de determinados grupos leitores, veiculando o que lhes era de interesse. Muitas revistas

³⁰ Monica Pimenta VELLOSO, 2010, p. 46.

da capital mineira ampliavam ou restringiam temas abordados ao longo de suas publicações à medida que tal fato poderia aumentar seu público leitor e, conseqüentemente, seu poder de consumo. A revista *Leitura* apresenta-se como um exemplo exímio desse movimento da imprensa mineira. Sua publicação iniciara-se no ano de 1939, em que se autodenomina um periódico social e ilustrado, mas, a partir do ano de 1943, ela transforma-se em revista comercial-agrária. Do mesmo modo, a revista *Grifo*, em 1941, é posta em circulação, dedicando seu conteúdo apenas à literatura, mas termina sua vida em 1948 como uma revista social ilustrada. Tais mudanças no segmento das revistas indiciam um incisivo impacto do mercado produtor e consumidor na definição do que o leitor deveria ler e conhecer, dos assuntos mais rentáveis, das imagens de sociedade que deveriam circular.

Dessa forma, a realidade trazida pelas revistas como retrato fiel da sociedade era, na verdade, uma reelaboração desse cenário conformada pelos propósitos de uma dada classe ou de um grupo social em prol dos padrões e dos modelos comportamentais almejados.

O empanar da realidade, divulgando-a conforme os interesses de classe, grupos e indivíduos, é vez desse periodismo triunfante que, naquela virada do século, potencializados pelos recursos da propaganda e publicidade, tornou-se instrumento preferencial a serviço das relações capitalistas que permeavam a sociedade como um todo.³¹

Consciente de seu dever, e de seu poder, a imprensa periódica revela-se uma fonte falaz. Mas ao ser “devidamente inserida em seu tempo, contextualizada nos termos de sua construção, desconstruída e reconstruída para os fins de testemunho que se pretende”³², despe-se desta caracterização para emergir como importante documento de leitura do passado.

A produção e a circulação da imprensa periódica de Belo Horizonte iniciou-se poucos anos após a inauguração da cidade como a capital de Minas Gerais, ou seja, o movimento de circulação do periodismo acompanhou o ritmo de crescimento da própria cidade. Ao mesmo tempo em que a imprensa procurava crescer e consolidar-se como

³¹ Ana Luiza MARTINS, 2001, p. 23.

³² *Ibidem*, p. 25.

lugar de circulação de idéias e comportamentos, a população belo-horizontina se encontrava em processo de enraizamento, em que inúmeras formas de pensamentos, de culturas e de sonhos se mesclavam num só movimento de identificação com a nova cidade e com seus espaços.³³ A simultaneidade dos dois processos conferiu uma centralidade à imprensa periódica na rearticulação das relações sociais e culturais da época, que se estende às décadas posteriores. A revista, por seu caráter de fácil consumo e atratividade, potencializou a difusão de valores culturais promovida pela imprensa de maneira geral e consagrou-se como símbolo da cultura impressa do século XX.

As revistas começam com o século. Se os jornais marcaram nosso período anterior, nascidos muitas vezes da luta política, saindo e se multiplicando, fechando e sendo substituídos, criando este clima de participação que foram as últimas décadas abolicionistas e republicana, o 1900 muda a tônica da imprensa para as revistas. Semanais, ilustradas. E nelas se vê uma nova atmosfera. Agora é o instante da crônica social, da charge, do soneto. Os homens do governo não são mais atacados são alvos de sátira; os fatos do dia não se traduzem em notícias, mas vêm no leve comentário; e junto com as rimas, que tomam largo espaço, há um não menos fascínio pela academia. Tempo de Bilac, das fotos das senhorinhas, dos ecos parisienses. Sustentando tudo isso uma propaganda regular.³⁴

Conforme nossas análises e discussões neste texto, as revistas aqui estudadas situam-se na segunda fase da imprensa mineira, caracterizada como o período de criação e de consolidação do que se conhece hoje como a “grande imprensa”. Segundo Castro,

É possível constatar que a partir dos anos 30 vai-se delineando então o quadro de uma imprensa moderna: jornais mais permanentes, de melhor qualidade gráfica, com uso de equipamentos próprios, tecnologicamente mais avançados e, especialmente, mais autônomos frente às mudanças conjunturais nos pólos de poder. Além disso, são evidentes as transformações na forma jornalística, em termos da linguagem, das rubricas técnicas e do projeto gráfico, bem como na distinção cada vez mais clara entre a direção do jornal – propriedade e administração comercial/financeira – e a redação.³⁵

³³ Luciana Bicalho da CUNHA, 2008.

³⁴ RAMOS, 1985, p. 19, *apud* CRUZ, 2000, p. 95.

³⁵ Maria Ceres CASTRO, 1995, p. 32.

Certamente, o *status* de imprensa moderna conferido à época não reflete a totalidade das iniciativas editoriais da capital. Em meio ao processo de modernização que se anuncia, muitos periódicos publicados a partir dos anos 30 mantêm a formatação do amadorismo: artesanal e efêmero. No âmbito específico das revistas, a efemeridade parece acompanhar ainda grande parcela das publicações. Em parte, deve-se à multiplicidade de empreendimentos editoriais em sua diversidade de temáticas. No período delimitado para esta pesquisa, foram postos em circulação pouco mais de cem revistas no mercado, com os mais variados formatos e conteúdos. Revistas de variedades, literárias, femininas, infantis, religiosas, militares, esportivas, estudantis, associativistas, culturais, comerciais, políticas, cinematográficas e carnavalescas difundiram-se pela cidade como mediadoras de ideias e de práticas culturais.

Tabela 1 – Revistas publicadas em Belo Horizonte no período de 1929 a 1950³⁶

Ano	Título
1929	- <i>Ilustração Mineira</i> - <i>Revista da Escola de Sargentos</i>
1930	- <i>Brazil Central</i>
1931	- <i>Cidade Luz</i> - <i>Minas Philatelica</i> - <i>A cidade</i> - <i>Revista Universitária</i> - <i>Colombina</i>
1932	- <i>Silhueta</i> - <i>AMA</i> - <i>O escoteiro</i>
1933	- <i>Revista do 5º Batalhão</i> - <i>Belo Horizonte</i> - <i>Asas</i> - <i>Revista Médica de Minas</i> - <i>Surto</i> - <i>Rádio Revista (1º)</i> - <i>Rex</i>
1934	- <i>Minas Ilustrada</i> - <i>Manual de Jurisprudência</i> - <i>Mi- Carême</i> - <i>Minas Médica</i>

³⁶ Fonte: LINHARES, Joaquim Nabuco. *Itinerários da imprensa de Belo Horizonte 1895-1954*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.

	- <i>Revista da UEC</i> - <i>Hollywood</i> - <i>Revista P. P.</i>
1935	- <i>Arquitetura (1º)</i> - <i>Cock Tail</i> - <i>Caretinha</i> - <i>Argus</i> - <i>Revista Azul</i> - <i>Montanheza</i>
1936	- <i>Itália</i> - <i>Revista do Commercio (2º)</i> - <i>Álbum-Revista</i> - <i>Revista Tributaria</i> - <i>Revista do Departamento de Assistência aos Municípios</i>
1937	- <i>Revista da Produção</i> - <i>Revista Social Trabalhista</i> - <i>Cacique</i> - <i>Atlântida (1º)</i> - <i>Cruzada</i> - <i>Revista Comercial de Minas Gerais</i> - <i>Mensagem</i> - <i>Metrópole</i>
1938	- <i>Revista Mineira de Engenharia</i> - <i>Magazine de Turismo</i> - <i>Cultura</i> - <i>Grifo</i> - <i>Alvorada</i> - <i>Revista da Identificação</i> - <i>Cérebro</i> - <i>Rádio-Revista (2º)</i>
1939	- <i>Revista do Departamento de Estudos Econômicos e Legislação Fiscal</i> - <i>O que há</i> - <i>Minas Magazine</i> - <i>Tentativa</i> - <i>Leitura</i> - <i>Novidades</i> - <i>Alterosa</i> - <i>Mineira</i> - <i>Revista do DEE</i> - <i>Ofalms</i>
1940	- <i>Educando</i> - <i>Era uma vez...</i> - <i>Cultural</i> - <i>Revista dos construtores</i>
1941	- <i>Revista Mariana</i>

	- <i>Minas Tênis</i> - <i>Revista do Instituto da Ordem dos Advogados</i>
1943	- <i>Minas Esportiva</i>
1944	- <i>Tabela</i> - <i>Olímpica (1º)</i> - <i>Nacional Bancária</i>
1945	- <i>Revista Bancária</i> - <i>Revista de Identificação e Ciências Conexas</i> - <i>Revista do Instituto Histórico e Geográfico de MG</i> - <i>Minas Turfista</i>
1946	- <i>Compilações</i> - <i>Revista de Minas (5º)</i> - <i>Arquitetura e Engenharia</i> - <i>Vida Esportiva</i> - <i>Perpectiva</i> - <i>Construindo</i> - <i>Olímpica (2º)</i>
1947	- <i>Paisagem</i> - <i>Kriterion</i> - <i>Panorama</i> - <i>Medicina</i> - <i>América</i>
1948	- <i>Artes Gráficas</i> - <i>Odonto-literária</i> - <i>Acaica</i> - <i>Intercâmbio</i> - <i>Onde e quando</i>
1949	- <i>O tempo magazine</i> - <i>SENAI de Minas Gerais</i> - <i>Esfinge</i> - <i>Resenha Cinematográfica</i> - <i>Mackenzie</i> - <i>Revista da Associação Médica de MG</i> - <i>O saci (2º)</i> - <i>Florilégio</i> - <i>O campeão</i>
1950	- <i>Os alterosas</i> - <i>Vida Industrial</i> - <i>Minas Clube</i>

A profusão de títulos e a diversificação temática revelam a importância do impresso *revista* no cotidiano da cidade. Fosse para divulgar novas tendências de moda ou novos princípios econômicos, revistas eram publicadas e consumidas pelos diferentes segmentos da população belorizontina. Boa parte era destinada a um público específico,

de pouca demanda e pouco subsídio financeiro. Outras já alcançavam público leitor maior, seja pela forma, desenhada por recursos gráficos mais sofisticados, seja pelo conteúdo, de maior aceitação pela população. Em ambos os casos, as revistas assumiam um fundamental papel como veículo de visibilidade e de produção de valores e de práticas sociais.

O periodismo tinha papel ativo no conjunto da vida social, não podendo ser entendido como mero reflexo da sociedade. Assumia uma capacidade de interferir nos processos sociais gerais, estabelecendo articulações entre o universo do consumo e outras práticas, criando necessidades, e conservando hábitos. As revistas e os jornais não se limitavam a registrar imagens de infância preexistentes no social. Eles participavam do fazer social daquelas imagens, operando nos parâmetros de um grupo social e reforçando seus valores.³⁷

As décadas de 1930 e 1940 viram o declínio de algumas naturezas temáticas, a ascensão de outras e a confirmação do *status* de poucas. As revistas literárias, carnavalescas, teatrais e humorísticas tiveram uma redução considerável em títulos publicados a partir de meados de 1930. Não se sabe ao certo o motivo da mudança, mas inferem-se diferentes hipóteses para cada tipo especificamente. As revistas ditas literárias, em sua maioria, já apresentavam outras temáticas em seu corpo editorial desde publicações da primeira década do século. Revelando a inviabilidade de uma publicação especificamente literária, dada pela falta de público leitor e de agente financiador, a literatura fundiu-se a outros gêneros, o que acabou por minuar a iniciativa editorial desta tipologia específica. A substituição do teatro pelo cinema como divertimento moderno favorito da população levou, invariavelmente, à extinção das revistas teatrais e à criação das cinematográficas.

As revistas estudantis, de associações de classe e as especializadas ou corporativistas despontaram no mercado do periodismo. Notável o aumento de publicações ligadas a essas temáticas a partir da década de 1930, confirmando uma crescente especialização profissional nas diferentes áreas. Mesmo que direcionadas a um público em especial e nem sempre de longa duração, a diversidade de títulos publicados dessas tipologias representa a potencial estruturação dos segmentos profissionais

³⁷ Olga BRITES, 2000, p. 163-164.

especializados. Também o periodismo infantil, até então inexistente no mercado belorizontino, perfazia um inegável crescimento em suas publicações.

O mercado periódico de Belo Horizonte, em sua diversidade temática e de títulos, revela práticas e valores sociais dos diferentes segmentos da população, ávidos por serem representados. Não obstante todas as naturezas temáticas dos periódicos enunciarem modelos, projeções, ambições dessa sociedade, dois segmentos do periodismo apresentaram-se fundamentais para a compreensão do objeto deste estudo: as revistas de variedades e as esportivas. Não somente pela proximidade temática, mas também por seu lugar de destaque no cenário da imprensa mineira das décadas de 1930 e 1940.

Variedades, cotidiano, ilustradas, mundanas ou culturais; diferentes nomenclaturas para se dizer de uma linha de publicação bastante similar, abrangendo os mesmos assuntos e direcionada ao mesmo público. Tais tipologias, que aqui serão tratadas pelo subtítulo *Variedades*, estiveram presentes no periodismo da capital desde a sua criação, com o intuito de noticiar fatos da atualidade, apresentar espaços e atividades de sociabilidade urbana, difundir modos de ser, estar e vestir em voga em uma sociedade moderna. Desprovidas de conteúdos densos e, acima de tudo, impregnadas de imagens, elas garantiam o interesse do público leitor pela diversificação, leveza e atratividade dos temas. Dessa forma, as revistas de variedades sobreviveram a todas as transições do mercado belorizontino até a década de 1950, entre sucessos e fracassos. Alguns títulos se destacaram, tornando-se marcos da imprensa mineira; outros mais tiveram vida efêmera, como muitos periódicos do início do século XX. Na apresentação da revista *A Cidade*, em seu primeiro número, encontra-se não apenas a sua intencionalidade como também a representação da maioria das publicações periódicas de variedades contemporâneas a ela.

Eu sou assim:

Com licença. Vou entrando porque sou alegre e desenvolta. Póde arrearar, si quizer. Venho com a Primavera, que é sinônimo de beleza, vida e alegria. Os indiferentes, os incapazes não me interessam.

Sou “A Cidade”

Não tenho programa político e isso seria antecipar meu fim. O meu primeiro número já é alguma coisa, mas não é tudo. Habilitem-se.

Posso ser lida após uma sobremesa, sem perigo de indigestão. E muita conversa fiada pra que?

Podem aplaudir. Sem serimonia.³⁸

Infere-se, pois, o caráter de consumo fácil, ligeiro e desinteressado de aprofundamento ou de reflexões do cotidiano das publicações desse segmento. O importante era, como a própria denominação mostra, a gama expressiva de temas abordados bem como a qualidade do suporte gráfico para melhor ilustrar as suas páginas.

Destacaram-se, na década de 1930, duas revistas de variedades no cenário da capital mineira: a Revista *Montanheza* e a Revista *Alterosa*. A primeira foi publicada entre 1935 e 1938, obtendo bastante repercussão por sua farta ilustração e por suas consagradas seções permanentes, fato pouco comum nas revistas desta época, já que havia significativas mudanças no conteúdo dos números subsequentes de uma revista. Em 1939, inicia-se a publicação da Revista *Alterosa*, encerrando suas atividades somente no ano de 1964. Na resenha do periódico feita por Joaquim Nabuco Linhares³⁹, assim é descrita a revista:

Alterosa é, sob todos os aspectos, uma revista vitoriosa. Já recebeu a consagração pública, e muito merecidamente. Sua vida tem sido das mais luminosas de nossa imprensa. Nada vemos que fique ela devendo às melhores dos grandes centros. Tanto pelo texto, quanto pela parte gráfica, deve ser incluída entre as que formam a primeira linha do País. (...) O texto, variadíssimo, contém seções para todos os paladares: história, geografia, sociais, variedades, literatura, biografia, curiosidades, rádio, cinema, humorismo, modas, esportes, trabalhos femininos, bibliografias, artes, páginas infantis, receitas úteis, enfim tudo o que um leitor exigente possa desejar. Estampa desenvolvida, reportagem fotográfica e ilustrações em profusão, todas interessantes, oportunas e de muito gosto artístico. Seu

³⁸ Revista *A Cidade*, ano I, n. 1, set. 1931.

³⁹ As resenhas dos periódicos feitas por Joaquim Nabuco Linhares encontram-se no livro *Itinerários da Imprensa de Belo Horizonte*, já citado anteriormente. Trata-se de um catálogo do acervo da Coleção Linhares situada na Biblioteca Central da UFMG. Esta coleção foi formada por Joaquim Nabuco Linhares que, cuidadosamente, recolheu todo o material de imprensa – jornais, revistas, boletins e panfletos – que lhe chegava às mãos, ou de que tinha alguma notícia, guardando mesmo coleções inteiras de alguns jornais que surgiram e desapareceram ao longo do tempo. Ao mesmo tempo em que colecionava tais publicações, Linhares redigiu, a partir delas, um catálogo em que faz a descrição de cada uma, com informações sobre sua natureza, formato, propriedade, periodicidade, redação e duração, da maneira mais detalhada possível. São 839 títulos resenhados.

corpo de colaboradores é o mais seletivo possível.⁴⁰

De fato, o segmento das revistas de variedades, com seu hibridismo temático e investimento gráfico, veiculou práticas, percepções e sensibilidades da vida social de Belo Horizonte. Sua aceitação como leitura possível e agradável em grande parte dos lares conformou-o em um importante veículo disseminador de valores do moderno e do urbano. Dessa forma, não poderia deixar de tratar da moda e do esporte e, conseqüentemente, da moda esportiva. Nem sempre vinculadas às seções que falavam exclusivamente dos esportes, as roupas esportivas se encontravam também nas seções de moda, nas páginas destinadas aos esportes na escola e ao cinema, bem como nas capas. As revistas de variedades pareciam estar menos preocupadas com uma divulgação do esporte em si que à difusão de uma renovação estética, em que o esporte constroí um novo corpo e as roupas esportivas auxiliam-no a moldar e a exhibir seus contornos.

Se a década de 1930 foi um momento de destaque das revistas de variedades, a década de 1940 pertenceu, sem dúvida, às revistas esportivas. De quarenta títulos lançados, onze deles se dedicaram à temática esportiva, transformando-o no segmento com o maior número de novas publicações do período. Entre os anos de 1940 e 1945, houve um decréscimo significativo de iniciativas periódicas devido, muito provavelmente, aos impactos da Segunda Guerra Mundial. Ainda sim, foram publicados cinco novos títulos esportivos, número expressivo ao se pensar que foram postas em circulação quinze revistas dos diferentes segmentos entre esses anos. No ano de 1943, apenas uma revista foi publicada: *Minas Esportiva*. Tal profusão de periódicos especializados em esporte indica não apenas a importância deste na sociedade moderna, como também a profissionalização dos variados esportes e seu consumo por parte da população, uma vez que os principais produtores dessas revistas eram os clubes esportivos da capital.

Surpreendente, contudo, o sucesso repentino das revistas esportivas, no País que havia pouco importado os modismos dos jogos britânicos – o football e o lawn tennis –, aquele já disseminando-se pelo povo e este, praticado pela elite. Era necessário divulgar com presteza a novidade dos torneios, os resultados do turfe, as partidas entre os clubes, os matches.

⁴⁰ Joaquim Nabuco LINHARES, 1995, p. 374-375.

Nesse ritmo, rapidamente, esportistas amadores improvisaram-se em editores, percebendo naquele segmento da imprensa um nicho de mercado. Mais consumidores, mais anunciantes e mais lucrativo se tornava o negócio. Com vistas a ampliar esta população leitora, estavam as estratégias de venda – da coleção de fotos de atletas da moda à organização seriada de coleções – o que garantia a circulação do periódico entre faixas etárias diversas, atingindo, principalmente, o público jovem; ou por outra, a população recém - alfabetizada dos primeiros anos da República.⁴¹

Como representantes de seus respectivos clubes, os editores das revistas esportivas se preocuparam em divulgar as práticas, os jogos ou *matches*, os homens e mulheres esportistas e, principalmente, as suas glórias e seus grandes feitos. De todo modo, essas publicações não estavam livres de intencionalidades e ideais sugeridos pelas práticas corporais. A imagem do esporte “vendida” pelas revistas estava respaldada nos valores da saúde, da civilidade, do divertimento, da higiene e da modernidade. Subliminarmente ou não, teorias higiênicas e eugênicas entranhavam nos discursos, reforçando o caráter regenerador do esporte e seu papel na constituição da nação.

E com a prática racional desses ensinamentos, com espírito de cooperação e disciplina eis o que conseguiram depois de um trabalho árduo e persistente, os técnicos do Minas Tênis Clube os quais estão pois de parabéns porque com sua atuação modesta, mas eficiente, têm cooperado grandemente para a elevação do nível de cultura do nosso povo. E se digo elevação de cultura do nosso povo é porque entendo que educação física é uma escola de alto grau educativo, não só pela prática higiênica do corpo que remoça as energias do organismo prevenindo assim as enfermidades, como também, pelo hábito moral que revivem em sua prática constante, tais como: tenacidade, espírito de disciplina, independência de movimentos, concórdia e solidariedade.⁴²

Há uma profusão de imagens de jogos, de momentos de divertimento e de competições profissionais no corpo das revistas esportivas, das quais se inferem os usos e significados das roupas esportivas. Diferenciando-se das revistas de variedades no que concerne à forma com que aborda os trajes esportivos, pautada prioritariamente nas representações do esporte enquanto prática higiênica e campo profissional, os periódicos esportivos não cessam de veicular os símbolos que compõem tais vestes. Se, por um lado,

⁴¹ Ana Luiza MARTINS, 2003, p. 06.

⁴² Revista *Olímpica*, ano I, n. 10, 1944, p. 15.

as roupas podem ser vistas sob o olhar da moda, por outro, elas podem ser vistas sob a óptica da *performance*. Pontos de vistas que se conectam, promulgando representações de corpo e códigos éticos e estéticos que compõem o campo da moda esportiva.

O texto que se segue analisa a circulação de idéias expressas em reportagens, imagens fotográficas, eventos sobre roupas e sobre este ato tão singelo de “vestir um corpo”, de maneira específica, na jovem capital mineira, e sua relação com o esporte, seus usos e significados.



Figura 1 – Capa da Revista *Cacique*
Revista *Cacique*, ano I, n. 1, abril de 1937



Figura 2 – Capa da Revista *Bello Horizonte*
Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 7, outubro de 1933



Figura 3 – Capa da Revista *Cultura*
Revista *Cultura*, ano I, n. 1, julho de 1938

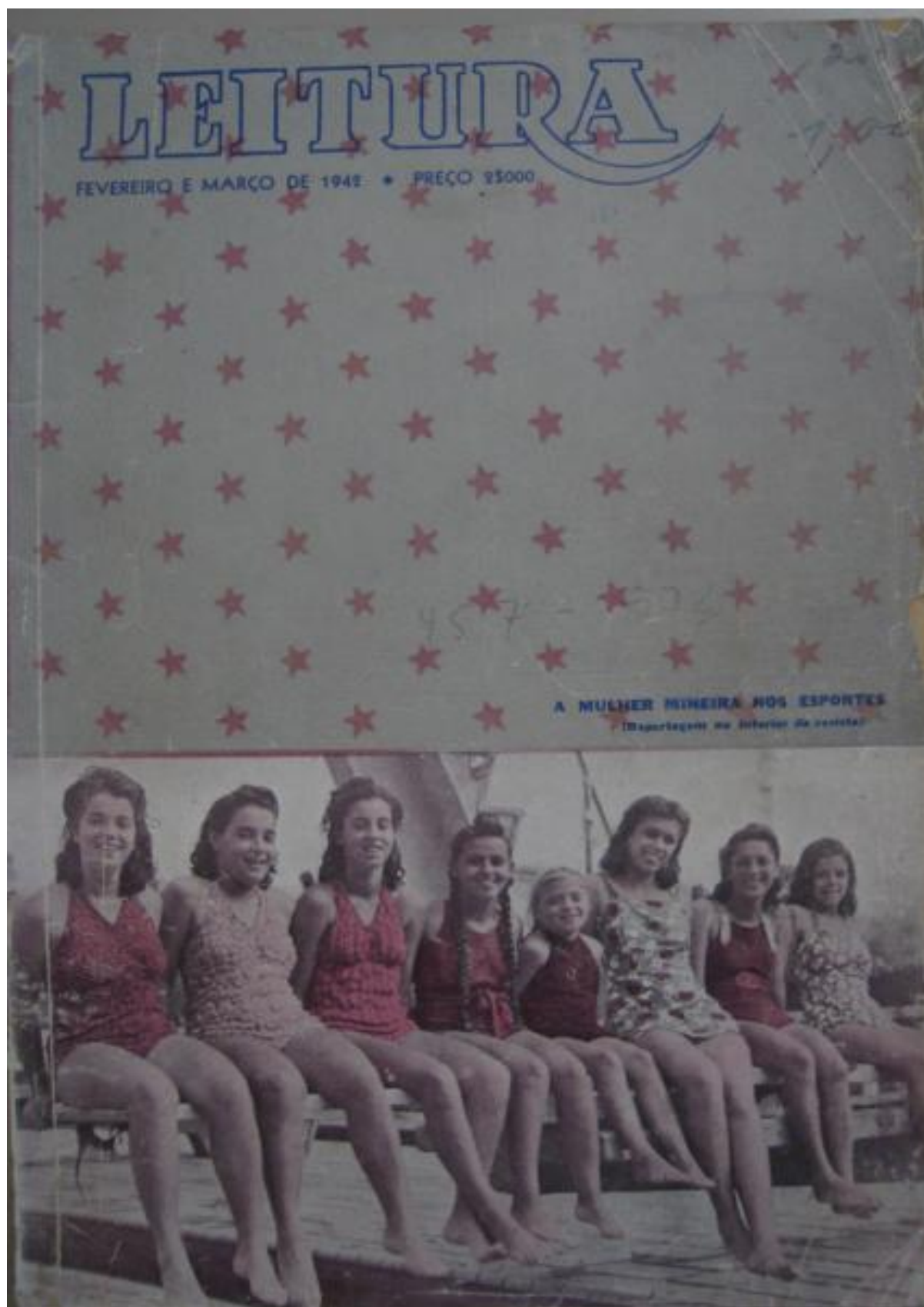


Figura 4 – Capa da Revista Leitura
Revista *Leitura*, ano II, n. 20, fevereiro/março de 1942



Figura 5 – Capa da Revista *Novidades*
Revista *Novidades*, ano VI, n. 74/75, maio de 1944

TRAJE DE BANHO – Gilrs de Los Angeles mostram aqui a evolução do traje de banho em três épocas. Modelos de ontem, de hoje e de amanhã.

A VOLTA DOS CHAPÉUS – Os chapéus voltaram a imperar, principalmente chapéus de abas largas. (...)

ELEGÂNCIA FEMININA – os trabalhos de aplicações estão sendo muito usados na confecção de vestidos. Aqui está um lindo modelo de linho branco para a saia e parte da blusa, verde para o pals e mangas. Aplicações de flores coloridas dão um charme especial a esse modelo.

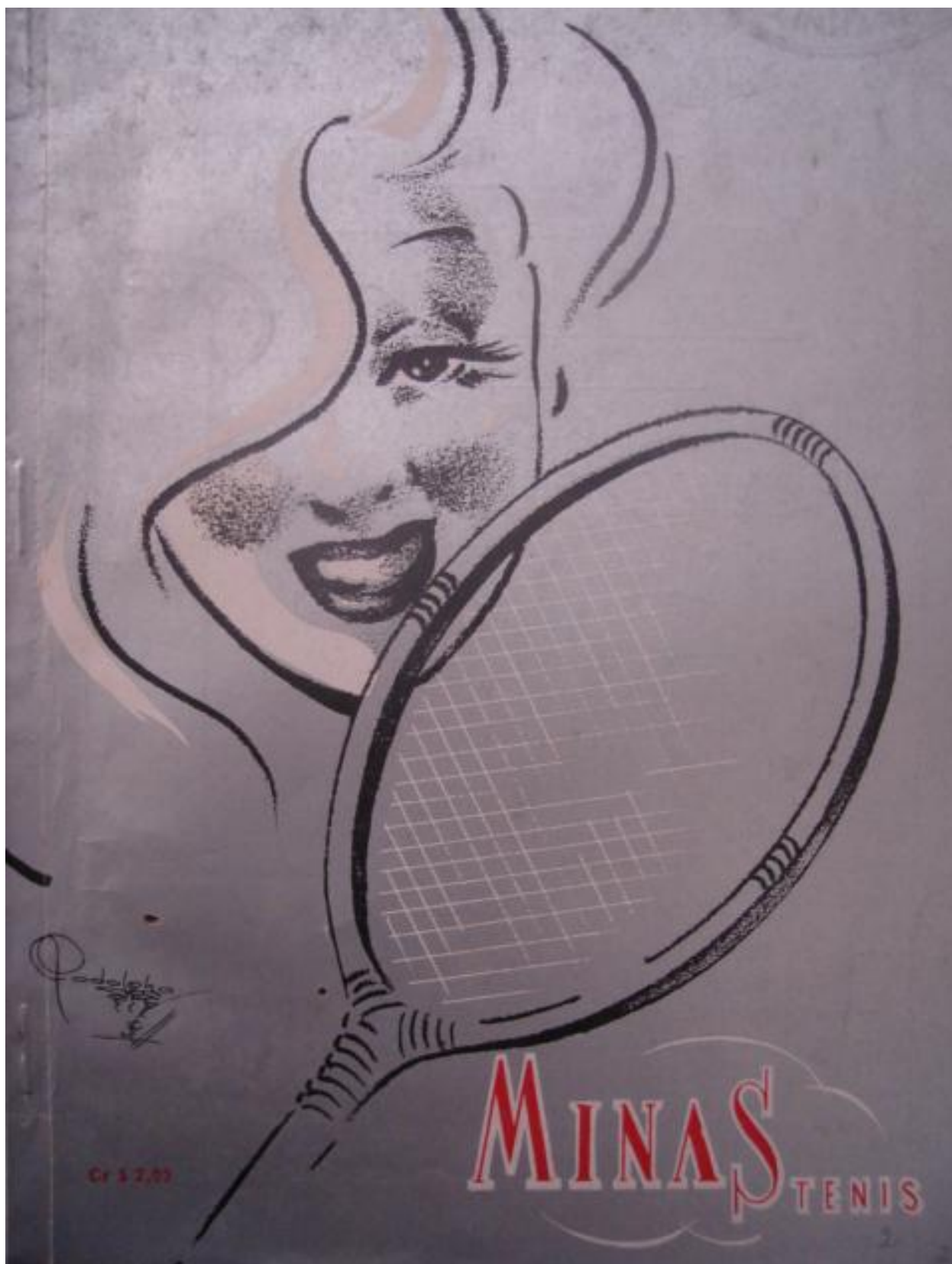


Figura 6 – Capa da Revista *Minas Tennis*
Revista *Minas Tennis*, ano I, n. 2, janeiro de 1944



Figura 7 – Capa da Revista *Minas Esportiva*
Revista *Minas Esportiva*, ano I, n. 2, dezembro de 1944

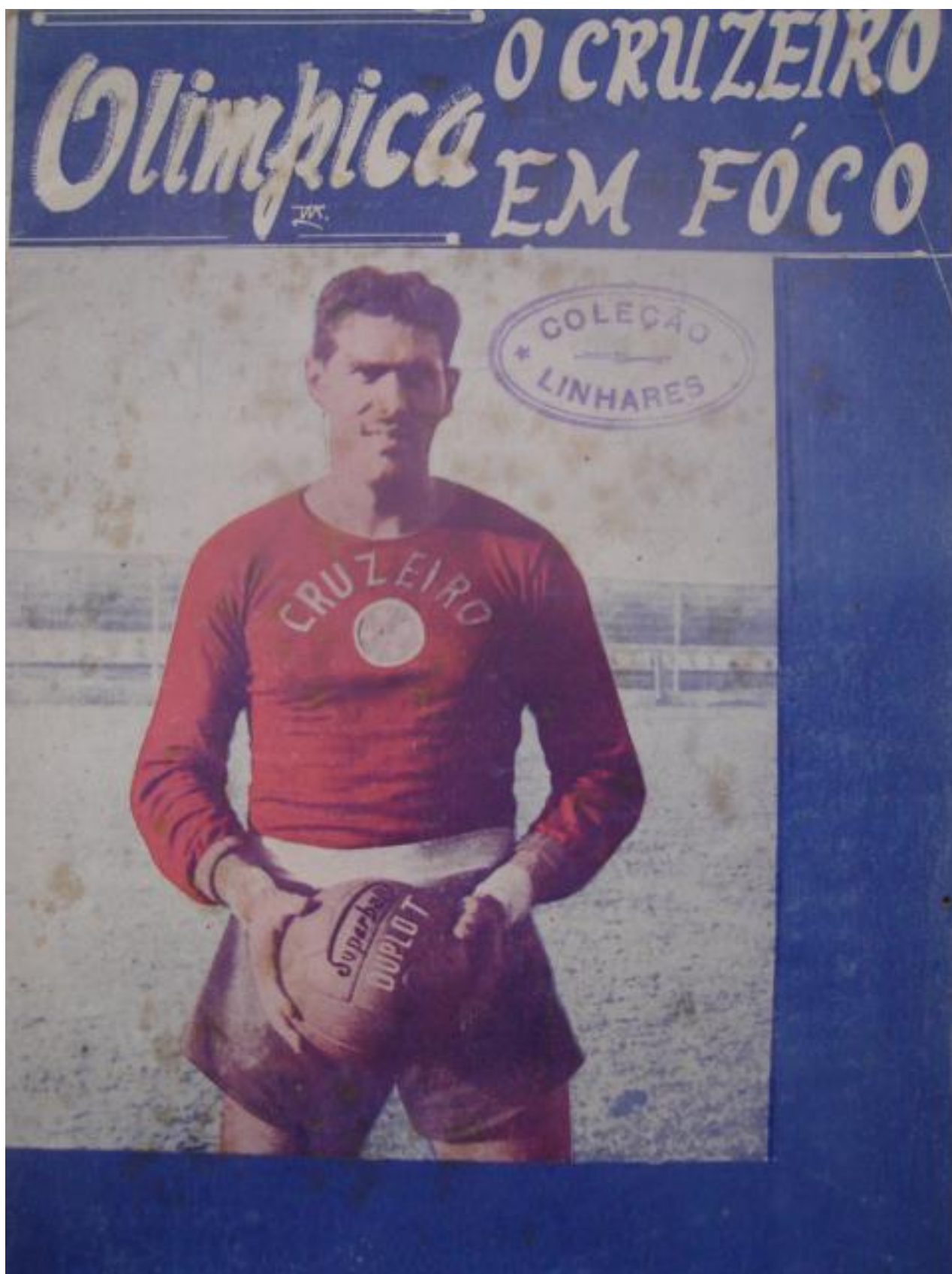


Figura 8 – Capa da Revista *Olimpica* – O Cruzeiro em foco
Revista *Olimpica* – O Cruzeiro em foco, ano I, n. 3, 1949



Figura 9 – Capa da Revista *Vida Esportiva*
Revista *Vida Esportiva*, ano II, n. 12, junho de 1949



Figura 10 – Capa da Revista *América*
Revista *América*, ano II, n. 3, julho/agosto de 1948

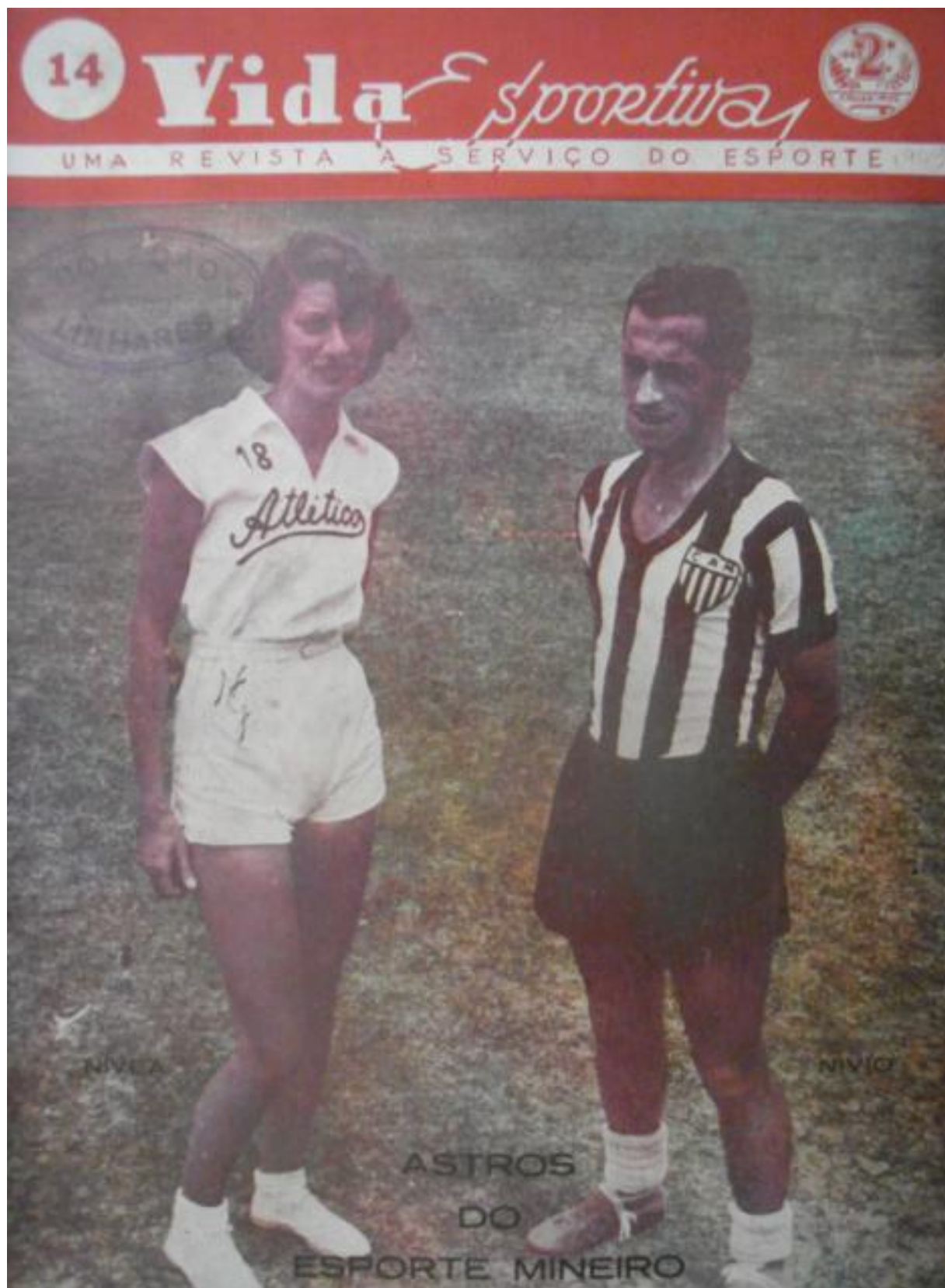


Figura 11 – Capa da Revista *Vida Esportiva*
Revista *Vida Esportiva*, ano II, n. 14, 1949



Figura 12 – Capa da Revista *O Campeão*
Revista *O Campeão*, ano I, n. 1, dezembro de 1949

3 – O CORPO E A ROUPA NOS ESPAÇOS DE SOCIABILIDADES DA CIDADE

“Uma certa liberdade feminina começava a apontar. Vinha de trás, com os cabelos à la garçonnette. Exagerava-se agora, as nuca sempre nuas mas, aos lados, os accroche-coeurs em ganchos cada vez maiores e colados à bochecha. Sua forma era mantida à cosmético de bigode, gomalina ou mais simplesmente a goma de quiabo. Os chapéus femininos eram pequenos, enterrados até os olhos, cobrindo as orelhas, descendo à nuca – aderentes à cabeça como se fossem camisas-de-vênus. As saias subiam cada vez mais generosamente – estavam nos joelhos. Tinha passado completamente aquela moda passageira de 23, dos vestidos de organdi compridos e rodados cheios de enfeites de grades da mesma fazenda (o amarelo das Mariquinhas Vivacqua era a coisa mais leve deste mundo) e dos coques no alto das cabeças, lisos ou riçados, saindo dos cabelos embutidos atrás e mantidos por grandes pentes como os das espanholas (o da Zita Viana era o mais alto e tinha a prendê-lo peça antiga, autêntica e de tartaruga). Influência do cinema, nos bailes começaram a surgir decotes feito o das artistas americanas em que a blusa ou o que fazia de – vinha até em cima dos seios e segurava-se no arrocho ou por alças estreitas que circulavam os ombros. Vimos assim os primeiros sovacos raspados (que pena!) enquanto as que achavam imodesto tratar as axilas a navalha, usavam, saindo do vestido um tapinha que cobria a zona cabeluda e que prendia-se no braço com fitinhas. Em ambos os casos, sempre fazendo parte do vestido do baile, echarpes de gaze que disfarçavam aquele excesso de carne a mostra. Começava-se timidamente a conversar nos portões com as amadas ou a abordá-las rapidamente nas ruas. No gesto e no vestir elas imitavam Barbara La Marr, Póla Negri, Mae Murray e Gloria Swanson. Nós (homens) usávamos cabelos colados à Valentino, colarinho à John Barrymore, ternos à Thomas Meighan, jaquetões à George Walsh.”⁴³

Mariquinhas e Zitas, personagens reais, elas e tantas outras não citadas neste trecho, mas desnudadas em outros presentes na literatura, na poesia, na memória de muitos que registraram suas impressões e visões da vida na cidade e que constituem outras vozes do passado. A escrita memorialística une a história à ficção, em que a distância entre o tempo

⁴³ Pedro NAVA, 1985, pp. 322-323.

vivido e o tempo da rememoração permite múltiplas reinterpretações e mesmo filtros do que foi visto e do que foi desejado.⁴⁴ A narração das memórias de Pedro Nava são consideradas por ele como um ajuste de contas com o seu eu e, dessa maneira, era permitido mentir a si mesmo. Elas trazem uma leitura do lugar onde viveu e das pessoas que conheceu, constituem uma outra voz que conta do passado e acrescenta-lhe cores, agregando-se a outros documentos, alargando a visão do tempo a ser estudado. É o cotidiano da cidade na voz e na interpretação de um morador e observador desse lugar desse tempo. A importância dessa narrativa se dá menos pela veracidade dos fatos descritos, do que pela presença de vestígios de valores e práticas sociais representativos de uma época.

Essa imagem pintada pelas palavras de Nava, do gesto e do vestir das mulheres e homens da cidade, não diz apenas de moda passageira de cortes de cabelo ou vestidos de festa. Ela revela, principalmente, marcas sociais, hábitos e condutas que vão se transformando ao longo do tempo. Essas descrições das maneiras de se vestir criam impressões e estabelecem uma diferença, mas também revelam o dominante, o que se esperava da sociedade.⁴⁵ Do social ao individual, as roupas também possuem uma capacidade de transformar o corpo, de dotar um sentido ou identidade a um dado natural, biológico. Os chapéus e os vestidos descritos por Nava estabelecem um diálogo entre as mulheres e o mundo. Enquanto partes de seus corpos se desnudam, (*“nos bailes começaram a surgir decotes feito o das artistas americanas em que a blusa ou o que fazia de – vinha até em cima dos seios e segurava-se no arrocho ou por alças estreitas que circulavam os ombros”*), outras são cobertas de acordo com os novos padrões de beleza e elegância (*“Vimos assim os primeiros sovacos raspados (que pena!) enquanto as que achavam imodesto tratar as axilas a navalha, usavam, saindo do vestido um tapinha que cobria a zona cabeluda e que prendia-se no braço com fitinhas. Em ambos os casos, sempre fazendo parte do vestido do baile, echarpes de gaze que disfarçavam aquele excesso de carne a mostra”*). O ato de vestir o corpo é, portanto, permeado de sentidos, o que institui um processo mais complexo que uma simples cobertura física do corpo. A roupa é um dado cultural que, ao ser usada, imprime ao corpo uma linguagem, uma maneira de comunicação

⁴⁴ Myriam ÁVILA, 2008.

⁴⁵ Daniel ROCHE, 2007.

entre o indivíduo e a sociedade que o rodeia. São esses os primeiros vestígios que guiarão uma discussão sobre o papel social das aparências como uns dos códigos que sustentavam a vida social de Belo Horizonte e de como uma “moda esportiva” teve ali seu lugar.

Após três décadas da data de sua construção, o projeto utópico de uma cidade ideal, pautada nos símbolos da nova República, Belo Horizonte revela-se uma cidade que afirma os novos costumes de seus habitantes; a cidade remodela-se, reconfigura hábitos, redefine atitudes. Os pressupostos arquitetônicos da cidade orientavam não somente a nova ordenação de um espaço físico, com suas ruas largas, prédios altos e a centralidade dos órgãos do governo. Eles também projetaram formas de seus habitantes se fixarem material e culturalmente naquele local.⁴⁶ Isso porque a arquitetura de uma cidade está longe de ser isenta de intencionalidades. Suas formas, volumes e disposições são resultados de cálculos e reflexões humanas, que sugestionam processos de uma educação sensível de indivíduos que ali vivem e transitam. Ao considerar que a educação é um processo cultural que ocorre cotidianamente, pode-se dizer que a arquitetura de uma cidade educa silenciosa, porém eficazmente os corpos e as sensibilidades de seus habitantes.⁴⁷ Desse modo, não se pode afirmar que o projeto da nova capital falhou, muito menos que obteve sucesso por completo. Desde sua construção, Belo Horizonte vive um complexo movimento de incorporação e de rejeição de novas maneiras de viver, de estar, de transitar e também de se vestir nessa cidade.

Esse tenso processo de enraizamento na capital possui um componente importante para seu entendimento: a população belorizontina foi formada por indivíduos vindos de outras cidades do interior de Minas, assim como de outros estados. Tal situação não aconteceu apenas nos primeiros anos da capital. Ao final da década de 1920, muitos ainda são os relatos dos que saíram de suas cidades natais para estudar, trabalhar ou, ao menos, tentar de alguma forma uma vida melhor na cidade grande.⁴⁸ A idéia que circulava em toda Minas Gerais era de uma cidade de vida social ativa, com variados divertimentos, possibilidades fartas de trabalho e estudo. Esses forasteiros, que então viraram nativos, ao se apropriarem dos espaços e dos hábitos da capital, vivenciavam, simultaneamente,

⁴⁶ Cynthia Greive VEIGA, 2002.

⁴⁷ Carmen Lúcia SOARES, 2005.

⁴⁸ Tais relatos podem ser vistos nos livros de memórias, em especial o livro *A menina do sobrado*, de Cyro dos Anjos, e nos registros dos Fundos e Coleções do Arquivo Público da cidade de Belo Horizonte.

sentimentos de pertencimento e de repulsa. Cyro dos Anjos, em suas memórias de seu tempo de estudante na capital, relata a angústia de ser um forasteiro: “Na álgida Belo Horizonte, não havia escoras. Se me via só, a cidade avultava dentro de mim, ensoberbava-se, negando o afeto que eu, mendigo orgulhoso, pedia sem estender a mão.”⁴⁹ Mas ele também mostra que não estava só.

Saber-se tão pouco sobre o grupo (modernista mineiro) seria para admirar, tratando-se de cidade pequena, se ela não fosse tão fechada e cerimoniosa. Procediam, os seus moradores, de zonas diferentes de Minas; todo o mundo sentia-se forasteiro. E, contanto a nova Capital apenas trinta anos, poucos, pouquíssimos dos seus oitenta mil habitantes tinham nascido lá.⁵⁰

Já nativos da “pequena cidade grande”, esses indivíduos, ou como o próprio Cyro dos Anjos afirma, a maioria da população, divergiam quanto à vida social da capital. A exaltação por parte de alguns e a depreciação por parte de outros dos espaços e momentos de socialização eram recorrentes quando seus autores se dispunham a falar de Belo Horizonte. Divulgados pela imprensa, esses relatos traziam impressões pessoais mas também, intencionalmente ou não, levantam questões a respeito das idéias e condutas circulantes na cidade.

(...) veio o amigo tentador que me contou coisas apetitosas. (...) Que me fez brotar água na boca com a sua descrição entusiasmada dos cabarets e da vertiginosidade das avenidas largas... Foi o maior erro da minha vida. (...) Encontrei apenas uma cidade maiorzinha do que a minha. Com cinemas, telephones e bondes. No mais igualzinha a minha parochia: catholica, provinciana e parada.⁵¹

Deixo, lá longe, a minha cidadezinha e desembarco em Bello Horizonte – cidade milagre. (...) Bello Horizonte! Bello Horizonte! Eis um nome acertadíssimo. Cidade moderna, limpa, acolhedora e amável.⁵²

Essas “verdades contraditoras”, segundo Sevcenko, auxiliam na elaboração de uma síntese do caráter de uma época, uma vez que os distintos pontos de vista de pessoas de diferentes idades, localidades e condições sociais e que vivenciaram esses processos de mudança possibilitam uma compreensão mais ampla “dessa complexa experiência de

⁴⁹ Cyro dos ANJOS, 1979, p. 276.

⁵⁰ Cyro dos ANJOS, 1979, p. 274.

⁵¹ Revista *Bello Horizonte*, n. 1, 1933.

⁵² Revista *Montanha*, n. 15, 1936.

transformação dos hábitos e dos quadros culturais”.⁵³ O pertencimento social, almejado pela maioria da população, só poderia ser conquistado pela experiência de circular na cidade, quando se vivia suas contradições e partilhava suas pulsões.

Portanto, para melhor compreender a moda esportiva na Belo Horizonte do período estudado, caberia aqui um pequeno desvio para se conhecer traços de que cidade era essa que provocava a euforia em alguns e a desilusão em outros. Quem eram seus habitantes? Quais eram os espaços que essa cidade produzia? Quais eram os usos desses espaços, as condutas de seus habitantes, a profusão de novas sociabilidades?

Seria adequado, aqui, pensar no tamanho das cidades e naquela de Belo Horizonte; ela não era uma Paris, ou uma Londres e nem tampouco o Rio de Janeiro, mas era “grande” para os habitantes do antigo arraial, era muito diferente do que se conhecia. No início da década de 1930, Belo Horizonte contava com uma população de 116.981 habitantes. Com um impulso da indústria na década de 1920, os serviços urbanos, como o comércio, foram ampliados e modernizados. Novos cinemas foram inaugurados e associações importantes, como o Automóvel Clube, foram criadas. A população parecia finalmente experimentar os “prazeres” da cidade grande.

Desse modo, transitar nas ruas dessa cidade que parecia “grande” aos olhos de seus habitantes envolve técnicas corporais produzidas cultural e historicamente pelas ações humanas que resultam em um comportamento corporal socialmente ajustado e disciplinado para ocupar o espaço dado aos corpos na cidade. Esse ambiente, que é coletivo, dada a circulação de um número significativo de habitantes⁵⁴ pelas ruas, ao mesmo tempo é também individual, à medida que cada um se movimenta isoladamente, sob a égide da impessoalidade. Essa transitoriedade, expressa pelos comportamentos corporais e pelas interações sociais diárias, se apresenta como regra básica da circulação de corpos nas cidades, fazendo com que cada um vá se ajustando a esse movimento de incorporação de novos códigos exigidos pela vida na cidade.⁵⁵ Com um olhar generalizante, vê-se o

⁵³ Nicolau SEVCENKO, 1998, p. 523.

⁵⁴ Seria adequado, aqui, fazer uma observação de que na Belo Horizonte desse período não seria possível afirmar a existência de *multidões* e, sim, de um número mais robusto de habitantes. Mesmo se considerarmos que sua população no início da década de 1930 girava em torno de 117.000 habitantes, e isso representava muito para a percepção sensorial daqueles que viviam no antigo arraial, o conceito de multidão nesse período seria mais complexo e, por essa razão, não vamos aqui utilizá-lo, mesmo porque esta não é uma discussão-chave em nossa pesquisa.

⁵⁵ Fraya FREHSE, 2006.

movimentar das massas, uniforme e abstrato. Nas linhas retas do traçado urbano, todos os caminhos pareciam terminar na rua da Bahia, ponto de encontro e de passagem de todos que ali circulavam. Ao apreender, porém, os detalhes, essa população urbana ganhava diferentes formas de expressão em que os modos de andar e os modos de se vestir se modificam. É a senhora com seu vestido de seda e chapéu de tagal que sai com a filha para comprar tecidos, o estudante com roupas de segunda mão a caminho da aula, o senhor de paletó e bengala que vai tomar um café, o esportista apropriadamente vestido para o seu *match* de tênis e o comerciante de avental sujo de gordura que observa o movimento da rua. Corpos ao mesmo tempo iguais e diferentes. No vai e vem das multidões, faz-se o retrato da rua.

Na rua cruzavam-se homens e mulheres. Uns se conheciam, se comentavam, se cumprimentavam. Outros não se sabiam mas todos se olhavam e faziam chispar no ar da cidade (do mundo) os fios das pupilas carregados de vigilância, precotela, desconfiança, curiosidade, indiferença, antipatia, inimizade, interesse, chiste, desejo, concupiscência, tédio, ódio gratuito, intenções de bater e vaga vontade de matar.⁵⁶

A década de 1930 nasce com sociabilidades bem urbanas e já integradas à vida de uma parcela da população belorizontina. São os encontros e conversas nos cafés, o *footing* nas praças, principalmente na Praça da Liberdade, as caminhadas nos clubes, a assistência aos jogos esportivos, os passeios de bonde, ou o deslumbre de se andar nele. São também as idas ao cinema e ao teatro, por vezes apenas desculpas para sair e encontrar o alguém desejado. Importante dizer que essas práticas eram, geralmente, realizadas por moradores da zona central ou de suas cercanias próximas, em sua maioria, pertencentes à tradicional família mineira, constituída de uma população majoritariamente branca⁵⁷. Em nossa breve incursão pelas trilhas dessa nova cidade, não foi fácil encontrar relatos que retratassem a vida da população do subúrbio, ocupada por operários da construção civil da capital e também por antigos moradores do arraial de Curral d'El Rey. Desapropriados de suas

⁵⁶ Pedro NAVA, 1985, p. 6.

⁵⁷ Na Belo Horizonte desse período, é possível notar que sua população de brancos concentrava-se majoritariamente dentro os limites da Avenida do Contorno, e a população negra, ao contrário, concentrava-se fora desses limites. Mesmo em grande número na cidade, a população negra segue os estigmas da discriminação típica da desigualdade colonial e vive distante dessa Belo Horizonte luminosa e iluminada pelos signos do progresso. Seria mesmo adequado registrar que alguns clubes da cidade sequer aceitavam sócios negros, como, aliás, em grande parte do Brasil do período.

casas, seus destinos foram traçados na periferia, região que não fazia parte dos planos da nova cidade moderna e civilizada, de seu desejado esplendor. Esses habitantes não se enquadravam no modelo da nova capital, suas vidas pareciam não ser dignas de muitos registros, do ato de guardar. Suas memórias e suas histórias pareciam alheias.⁵⁸

Os passeios no cinema eram muito mais que um momento de ver um filme e apreciar seus personagens e seus romances. A hora que antecedia o apagar das luzes da sala e o início da projeção era repleta de olhares, gestos e sorrisos de sedução. A rua e o saguão do cinema ficavam repletos de rapazes e de moças a espera da chegada de seus namorados ou pretendentes a namorados, dando ao cinema o lugar que anteriormente pertencia às missas de domingo – espaço do *flirt*.⁵⁹

A sala de espera estava cheia. Olhávamos e éramos olhados. Estávamos nos trinques dos almofadinhas da época. Chapéu enterrados até às orelhas, colarinhos altos com gravatas borboleta ou longas e se perdendo, estas, depois da parábola ousada, no alto do colete de doze casas de que a inferior nunca era abotoada. Paletós cintadíssimos e compridos, atochados de enchimentos nos ombros e nos peitos. Calças largas em cima e apertadíssimas embaixo. Polainas. Calçado ponta de agulha.⁶⁰

As roupas eram fundamentais no jogo de sedução que ali se estabelecia, alimentando desejos e provocando os olhares. E não apenas neles. O cinema era um espaço de se fazer notado, de ser visto e admirado. Homens e mulheres, das tradicionais famílias, se faziam presentes e eram observados pelo seu porte, pelo seu andar, pela distinção de seus gestos e de suas vestes.

Na escrita da memória, a forma de contar o acontecido e o vivido, passa pelo crivo do desejo de destacar as lembranças mais marcantes daquele tempo vivenciado, mas filtrado pelas experiências do agora. A seleção de acontecimentos e de sentimentos do passado pelo presente reelabora a escrita das memórias, em que seus personagens assumem novas roupagens. As vestimentas dentro desse contexto adquirem importante valor, pois

⁵⁸ Poucos trabalhos se detêm na história das camadas populares ou dos espaços de transgressão social, até mesmo por falta de fontes que possam dizer de suas vidas. Dentre eles, indicamos a dissertação de mestrado de Marina Costa e Silva, denominada “A moral e os bons costumes: a experiência da cidade nas narrativas policiais (Belo Horizonte, 1897-1926)”, em que aborda os temas da prostituição, da vadiagem, da mendicância e dos jogos. Caberia, aqui, recordar que, quando são encontrados vestígios sobre os pobres, em geral os vemos nas “queixas –crime, nos necrotérios, nos registros da polícia”, o que revela bem a definição de lugares sociais nesse Brasil.

⁵⁹ Myriam ÁVILA, 2008.

⁶⁰ Pedro NAVA, 1985, p. 49-50.

refletem imperativos sociais e culturais caros àquela sociedade. Suas detalhadas descrições enfatizam os jogos de poder e de sedução desenhados pela história. Ao dar a cada um a sua indumentária ou ao aceitar as máscaras correspondentes às novas condutas, os escritos dos memorialistas permitem enxergar estratégias sociais que geram novos comportamentos daquela determinada sociedade.

Havia também outras formas de diversão que não eram tão civilizadas quanto essas, que aconteciam no tardar das noites. Os cabarés e as zonas de prostituição eram destinos de estudantes, oficiais militares assim como de políticos renomados. Nesses locais, as roupas criavam personagens, ocultando e revelando partes do corpo fundamentais no jogo de sedução que lá se estabelecia e ganhavam brilhos e decotes no corpo das mulheres que vinham de diferentes lugares, que pertenciam a diferentes etnias: brasileiras e uruguaias, brancas, negras e mulatas. Pedro Nava assim se referia a esse espetáculo carnal: [...] Vestia cetim preto sem qualquer roupa por baixo e deixava adivinhar seios, cintura, nádegas e coxas admiráveis.⁶¹ Nesse espaço em que o corpo se via liberto de certas normas morais, não era apenas nas vestes que se apresentava essa subversão, era também nas danças. Tanto mulheres quanto homens se deixavam levar pelos ritmos e pelos passos que combinavam sensualidade e sedução. Se, pela manhã, as ruas de Belo Horizonte eram caminhos para as igrejas e para os lares familiares, reinantes na moral, à noite, suas linhas retas pareciam ter apenas um destino final: os cabarés.

Donos da vida, descemos devagar a rua da Bahia, viramos em Afonso Pena e fomos conversando, rindo, gabarolando e recitando sob o galho dos fícus abertos como braços amigos. Deles escorria o perfume da noite belorizonte. Viramos em São Paulo e *descemos*⁶². Na Avenida do Comércio embicamos para o meio do quarteirão entre a última e Rio de Janeiro e às onze e meia chegamos aos pórticos do Éden – que este era o nome paradisíaco do cabaré da Olímpia.⁶³

Ainda que concentrados nas imediações da Avenida do Contorno, que circundava o centro da cidade, vários eram os caminhos percorridos pelos seus habitantes. Poucas, porém, eram as formas de circular pela capital. Artigos de luxo, os carros eram poucos, restando como opção os bondes e o caminhar a pé. Objeto imprescindível para uma cidade

⁶¹ Pedro NAVA, 1985, p. 131.

⁶² O termo *descer* significava ir à zona de prostituição, de acordo com Pedro Nava.

⁶³ Pedro NAVA, 1985, p. 128.

que se queria moderna, os bondes eram mais que uma maneira de deslocamento urbano, e, com suas laterais abertas, permitiam aos seus passageiros tanto ver, quanto serem vistos. Tanto para o passageiro quanto para o pedestre, era como estar parado e ver a vida passar como um filme, em cenas separadas pelas barras verticais dos bondes; como espetáculo ou platéia, no bonde residia uma sedução única, de ser um transporte ao mesmo tempo literal e metafórico.⁶⁴

Dona Carolina cada dia mais linda e de cabelos mais alvos; às vezes com os filhos às vezes com seus velhos pais; os veículos desciam e as entradas eram reguladas como se tivessem sido ensaiadas – primeiro o Dr. Estevão Pinto (quando não descia a pé); depois os Goulart – geralmente o Leleco; na esquina de Bernardo Figueiredo entravam o Greslin, a esposa maquilada d'une façon indesciente, mais o severo Alves Branco, sempre vermelhinho e lustroso, pincenê de trancelim equilibrado no naso, fraque duma camisira preta riscadinha de branco – riscos tais que se ajustavam em VVV na costura das costas, na costura das mangas; o Desembargados Ciriri se desbaterrando gravemente para todos os passageiros, os passageiros em vênia para o Desembargador Ciriri; o pessoal do Dr. Cícero; o Dr. José Eduardo; o Dr. Enoch; O Dr. Coelho Júnior. Depois já era o abrigo Ceará e a entrada de passageiros mais ou menos anônimos ou apenas conhecidos de vista. De tarde, era a mesma gente de torna a viagem. O bonde ia-se esvaziando aos poucos. Quando parávamos no ponto final dávamos adeus.⁶⁵

De poucos conhecidos, alguns conhecidos de vista e muitos anônimos é composta a população que circulava diariamente pelas ruas de Belo Horizonte. Um aglomerado de pessoas em que, na maioria das vezes, ninguém é para o outro nem totalmente nítido, nem totalmente opaco.⁶⁶ O espetáculo visto ali é composto por esse número nunca antes visto de indivíduos é dado segundo o modo uniforme de se movimentar nos espaços da cidade. Influenciados pelos traçados da planejada capital, os moradores se educavam cotidianamente para viver de acordo com os novos signos da cidade, esse lugar que pedia novos gestos e novos hábitos.

Após três décadas de sua inauguração, Belo Horizonte já assumia outros ritmos em sua vida social. O número de habitantes ia crescendo em cadência acelerada, sua imprensa modernizava-se, a diversidade de divertimentos tirava a população da comodidade de seus

⁶⁴ Myriam ÁVILA, 2008.

⁶⁵ Pedro NAVA, 1985, p. 227-228.

⁶⁶ Walter BENJAMIN, 1994.

lares.⁶⁷ No transitar das ruas, costumes, valores, gestos, fisionomias e vestimentas misturavam-se, compondo traços coletivos do murmurinho da cidade.

Logo de manhã cedo as ruas de Belo Horizonte se enchiam das beatas das missas diárias, depois dos operários seguidos dos estudantes e das caras escavadas dos que tinham *ficado*⁶⁸ e àquela hora voltavam para a casa. Passava o bonde especial do Santa Maria cheio de moças em flor fiscalizadas pela Mrs. Dobson. O movimento morria um pouco para retomar mais nutrido quando acabavam as aulas matinais nas faculdades e os moços vinham espairecer entre a Praça Sete e o Bar do Ponto e deste à esquina no Narciso. Era o local escolhido pelos funcionários já almoçados e que chegavam para um *bondezinho* nos cafés e à beira das calçadas, peneirando as saias que passavam. Sumiam de repente estudantes para as suas moradas e os burocratas para as suas repartições. Mas a rua ficava sempre com criaturas em disponibilidade permanente, encostadas às portas dos cafés, fumando, tomando sua cachacinha, cortando no próximo. Rareavam mais um pouco até cerca de duas horas quando apareciam mais desocupados e senhoras e moças indo às compras. De quatro a cinco aumentava a população com os funcionários que desciam Bahia e voltavam àquele umbigo urbano para uma palestrazinha e o aperitivo camuflado no *Balila*, no *Colosso*, no *Estrela*, no *Fioravanti*, no *Trianon*, no *Bar do Ponto*. Mas já os bondes se enchiam e saíam para as duas direções da cidade cheios de pingentes. A Família Mineira ia jantar. Essa era a hora morta das ruas quase vazias e onde a vida restante se concentrava nas brasserias que citamos acima, não abandonadas pelos que cronificavam cervejando ou traçando sua cachacinha, seu conhaque ou – mais prósperos – seu uisquinho servido generosamente a 2\$000 a dose (só no cabaré é que era aquela ladroeira de 5\$000). Mas já iam começar os cinemas e o centro enchia-se de cavalheiros, senhoras, famílias e estudantes em magote à porta do *Odeon* e até mais longe, nos confins de Afonso Pena, à entrada do *Avenida*. Essas multidões do dia e da noite, dos bairros ou das estações do ano eu as vejo em conjunto, vultos amalgamados, escuros das vestes masculinas ou bariolado das femininas.⁶⁹

Belo Horizonte já se dizia moderna, capaz de receber turistas de todos os cantos do país e do mundo e oferecer-lhes divertimentos dignos dos grandes centros urbanos. Do dia à noite, não faltam programas elegantes nem desculpas para as pessoas ficarem no recluso de suas casas.

⁶⁷ No ano de 1900, a população de Belo Horizonte era constituída por, aproximadamente, 13.472 habitantes. Até o ano de 1950, esse número aumentara para 352.724 habitantes. Fonte: Fundação João Pinheiro, Omnibus – Uma História dos Transportes Coletivos em Belo Horizonte, 1996.

⁶⁸ *Ficar*, na época, significava dormir com uma prostituta.

⁶⁹ Pedro NAVA, 1985, p. 268.

Carnet Bellorizontino

PELA MANHÃ: Parque Municipal, Country Club, Piscina do Athletico.

À TARDE: chás e aperitivos no Palácio, Califórnia, Triasse, Rotisserie Colombo e Cinédia.

À NOITE: jantares na Feira de Amostras, Machado e Guarany. Sessões de cinema no Brasil ou no Glória, às 19 e às 21 horas.

ÀS QUINTAS-FEIRAS: às 14:30 matinée chic no Brasil. À noite, footing na Praça da Liberdade.

ÀS SEXTAS-FEIRAS: às 21 horas, sessão chic no Brasil.

AOS SABBADOS: à noite, bailes do Jockey Club, Associação dos Empregados do Commercio. Jantar dansante na Feira de Amostras.

AOS DOMINGOS: pela manhã, Parque Municipal (bar ao ar livre, remo, footing). No Country Club, e na piscina do Athletico. À tarde, matinée no Brasil, corrida de cavallos no Prado Mineiro, bailes dansantes na Associação e na União do Empregados do Commercio. À noite, jantar dansante na Feira de Amostras, baile no Directorio Central de Estudantes.

SEM DATA FIXA: bailes no Automóvel Club, na Sociedade Mineira de Agricultura, concertos no Conservatório Mineiro de Música. Bailes na Casa da Itália.⁷⁰

Entre a ida aos cinemas, aos teatros, aos bailes e aos chás, encontram-se também as tardes de banho de sol e água na piscina. Enquanto um dos divertimentos forjados para a modernização da capital, as práticas corporais e esportivas destacam-se nos discursos que pretendiam desenhar os corpos e os comportamentos desses cidadãos. Os eventos esportivos, geralmente vinculados aos divertimentos, se apresentavam como possibilidade cultural da vida urbana desde os fins do século XIX. Com sua ação dirigida ao corpo, o esporte assume importante papel na educação da população que vivia na cidade, reelaborando os códigos comportamentais e sociais e, assim, compondo um projeto mais amplo de educação e de sociabilidade.⁷¹ Nesse apelo à ação dos corpos, à exibição das aparências e à *performance* corporal, a roupa destaca-se e dá destaque a essas práticas.⁷²

As roupas, portanto, habitam a vida da e na cidade de Belo Horizonte, construindo discursos materiais. Afinal, no tumultuar da cidade, a moda, com o seu papel de associar e de distinguir, também assume a função de construir tanto identidades individuais, quanto personalidades coletivas.⁷³ Seja no bonde, seja no cinema, seja no esporte, “a menor peça

⁷⁰ Revista *Cacique*, ano I, n. 1, 1937.

⁷¹ Meily Assbú LINHALES, 2006.

⁷² Carmen Lúcia SOARES, 2010.

⁷³ Daniel ROCHE, 2000.

de roupa colocada sobre a pele já modifica o comportamento”.⁷⁴ E assim se movimenta a cidade...

3.1 – Do esporte às roupas

Entendido como uma maneira de sofisticação da vida social, o esporte se fez presente, pelo menos em discursos, nos divertimentos da capital desde a sua “inauguração”. Tal fato não surpreende pois, se Belo Horizonte foi criada para ser um polo urbano moderno, o investimento na difusão das práticas esportivas e corporais era prioridade tanto de seus construtores quanto de seus agentes sociais. Em sua tese de doutorado, Marilita Rodrigues demonstra como o campo esportivo “surgiu” e se desenvolveu em Belo Horizonte até a década de 1920.⁷⁵ Destacando a história de cada esporte que tinha sido praticado até então, com seus sucessos e seus fracassos no enraizamento dessas práticas no cotidiano da população, a autora entende que diferentes representações do esporte, forjadas por seus respectivos agentes, buscavam se legitimar na cultura urbana. Pautadas por seus valores educativos, higiênicos e morais, as práticas corporais e esportivas passaram a ser valorizadas e aceitas como um divertimento civilizado, portador de discursos pedagógicos sobre o corpo. Nesse sentido, o esporte era visto como uma forma de representação de novos ritos a serem instaurados pela modernidade. Era necessário estar ligado de alguma forma a ele, seja como praticante, como torcedor ou como crítico. Viver o esporte era viver o “espírito” da cidade.⁷⁶

Sobretudo a partir da década de 1930, as mudanças do esporte na capital se referem mais à diversificação das práticas, com seus usos e códigos, que às funções sociais e morais na formação do caráter da população, existentes desde as origens do esporte moderno. O esporte ajudava a revigorar o corpo e o espírito e, por meio dele, haveria uma transformação da população, principalmente dos jovens, débil e sedentária para indivíduos capazes, física e moralmente, de defender os interesses de seu país.⁷⁷

⁷⁴ “Le moindre vêtement posé sur la peau change déjà le comportement.” (France BOREL, 1992, p. 19.)

⁷⁵ Marilita RODRIGUES, 2006.

⁷⁶ Luciana Bicalho da CUNHA, 2008.

⁷⁷ Na Revista do 5º *Batalhão*, ano I, n. único de 1932, assim é definido o esporte: “O esporte (...) é considerado no mundo moderno, não só como a mais agradável das distrações, mas também como um grande fator de cultivo físico e moral do nosso povo. Dizem os grandes cronistas americanos na sua exagerada eloquência, que o “adeantamento de um país, mede-se pelo número de seus clubes esportivos”. O nosso país,

A renovação corporal dos indivíduos a partir do esporte era pautada, essencialmente, pela reconfiguração dos corpos e de suas sensibilidades. A imagem de um indivíduo que mantém hábitos antigos que não envolvem códigos ligados ao moderno não era mais aceita pelos novos padrões culturais desejados para a capital. As roupas esportivas se inserem nesse processo de renovação dos corpos à medida que reafirmam os modelos pretendidos e fabricam aparências postuladas pelos códigos esportivos.

A construção de um *ethos* esportivo em Belo Horizonte perpassa toda a sua história, com algumas práticas mais ou menos consolidadas desde a sua fundação e com outras que foram tendo maior ou menor visibilidade ao longo dos anos. O encontro da capital mineira com o esporte se dá gradativamente. Longe de uma perspectiva evolucionista, as práticas corporais na cidade se fixavam ou eram esquecidas no imaginário popular de acordo com as idéias de corpo, saúde e divertimentos modernos em voga. A partir de meados dos anos de 1930, impulsionados principalmente pelo crescimento dos clubes esportivos⁷⁸, vão se delineando novas formas de uso e de entendimento das práticas corporais. A compreensão de que os exercícios físicos ajudam a definir novas formas corporais e são fundamentais para a aquisição de um corpo modelar se concretiza no imaginário urbano. Os dispositivos de conformação corporal, como as cintas, dão lugar às práticas corporais na função de tornar as pessoas mais belas e saudáveis. Essa é a nova cultura urbana que se quer impor na cidade, impondo também um novo modelo de corpo, no qual também se configuram novos padrões vestimentares. “Modelo composto também pela máquina, também pelos seus ritmos, ou melhor, pela velocidade do mundo moderno”⁷⁹ Sendo a cidade lugar por excelência do desenvolvimento dessas novas tecnologias e velocidades, “nada mais natural que a reforma urbana incluísse também a reforma dos corpos e das mentes”⁸⁰.

Foi-se, há muito, o tempo do mineiro sedentário, que só sabia ler o *Minas Gerais*, fazer uma *fezinha*, criar gallos de briga, discutir política e levar a fama de otário. Passou-se um apagador nesse cenário e um outro panorama se nos apresenta. É outra a nossa mentalidade. Juventude sadia, alegre, cheia de vida e esperança, que tanto sabe construir espiritualmente uma *satyra*, como bater um *penalty* em ótimo estilo.

em relação aos demais, principalmente aos da América do Sul, pode se considerar adeantadíssimo, segundo a opinião dos americanos

⁷⁸ Destacam-se na década de 1930 os clubes: Athletico (1908), América (1912), Cruzeiro (1921), Minas Tênis Clube (1935).

⁷⁹ Carmen Lúcia SOARES, 2005, p. 54.

⁸⁰ Nicolau SEVCENKO, 1998, p. 571.

Ate as nossas garotas já perderam aquelle cheirinho de canastra velha. Transformaram-se, pouco a pouco, em estupendos typos de mulher, alliando a um espírito moço, methodicamente cultivado, um corpo jovem e de formas magníficas, insinuante, pleno de vitalidade.⁸¹

Na construção desse novo modelo corporal, várias atividades físicas foram eleitas, mas nem todas serviam para todos e nem todas possuíam o mesmo *status*. Havia aquelas consideradas atividades próprias para as mulheres ou, melhor dizendo, condizentes com os códigos da feminilidade; aquelas destinadas aos homens, umas mais que as outras, e aquelas denominadas práticas corporais elegantes. Certamente, as roupas auxiliavam no processo de diferenciação e de classificação social das práticas esportivas. Somente se inseridos corretamente em seus lugares correspondentes e com as roupas adequadas a cada um é que se poderia considerar tais práticas como representantes dos tempos modernos. Transpor essas normas sociais era algo abominável, digno das mais duras críticas, que iam do âmbito corporal, repugnando as formas (ou deformações) corporais que essas práticas poderiam acarretar, até o âmbito moral, indo de encontro aos preceitos que regiam a vida social da época.⁸²

Dentre os esportes praticados desde as primeiras décadas da cidade, alguns tiveram o reconhecimento da população, enquanto outros foram caindo no desuso. O turfe e o ciclismo foram dois dos que tiveram vida efêmera ainda que muitos, até o final da década de 1940, insistissem na revitalização do esporte em decadência. Ir ao Prado Mineiro aos domingos prestigiar o turfe, considerado um esporte elegante, era tido como uma das diversões mais refinadas. Ainda assim, o turfe não gozou do prestígio da população por muito tempo. Seja por uma negação, ou simplesmente por não identificação com esse esporte, o certo é que o turfe, já pensado para ser uma moderna diversão desde os primórdios da cidade, uma vez que o Prado Mineiro foi idealizado por seus construtores, não se enraizou nos costumes da população. Como num sonho, alguns rememoravam as elegantes tardes de domingo no prado de corridas da cidade.

⁸¹ Revista *O que há*, ano I, n. 1, 1939.

⁸² Como uma dessas práticas não aconselhadas ou aceitas se apresentava o futebol feminino. Não encontramos nas fontes pesquisadas indícios dessa prática em Belo Horizonte até a década de 1940, o que não significa necessariamente que ela não tenha existido nesse período.

Trajando uma lindíssima indumentária sportiva, este arbitro da elegância masculina da cidade, parecia um príncipe encantado, desses, que só se vêem nos contos de “mil e uma noites...”. Vinha me buscar. É que no prado de corridas da cidade, realizava uma carreira importantíssima. Palheiros, dos mais famosos do paiz, concorriam a um premio vultuoso que a comissão de corridas do Jockey Club Mineiro destinara, a fim de impulsionar o “Sport dos Reis” na Capital. O dia de uma claridade outomnal, fresco, ameno, permittia um desenrolar de um invulgar brilhantíssimo a este “meeting”. Lá, archibancadas e “pelouse” repletas davam uma aspecto indescritivel de beleza. Todo o “grand-monde” de Belo Horizonte presente.⁸³

Pode ser que o turfe não tenham se estabelecido, mas as arquibancadas repletas de beleza e elegância permaneceram e assistiram a outros esportes se desenvolverem. Como um dos principais divertimentos da capital, as competições esportivas eram um dos momentos em que as mais belas roupas saíam dos armários para ganhar vida nos corpos dos expectadores. Como espaços e tempos de produção de idéias representativas do ser esportivo/moderno, o parecer e o vestir tiveram lugar de destaque na vida urbana; os eventos esportivos eram lugar de visibilidade e como tal o corpo precisava ser inscrito nessas práticas, enfatizando sua presença pelo vestuário.⁸⁴ Do campo às arquibancadas, pouco a pouco os códigos das roupas esportivas iam influenciando as roupas de passeio.

Dos esportes que permaneceram, destacam-se o futebol, o vôlei, o basquete, o tênis, o atletismo e o pugilismo. Dos que apareceram a partir da década de 1930, destacam-se a natação, o remo e os saltos ornamentais, coincidentemente esportes relacionados à água e que dependeram de estruturas de maior porte que até então não haviam sido construídas na cidade. Quando falamos em aparecimento, dizemos de uma prática que se tornou regular e com equipamentos próprios. Isso porque, já em 1909, durante uma festa promovida pelo Sport Club, ocorreu a primeira competição pública de natação no lago norte do Parque Municipal.⁸⁵ Ainda que sua prática segundo as normas do meio esportivo só tenha se difundido anos mais tarde, o ato de nadar em rios e córregos já era há muito tempo realizado pelos habitantes da cidade, principalmente por seus garotos. Em uma crônica publicada na Revista *Minas Tennis*, o autor relata como era comum garotos, ao saírem das escolas, irem direto ao rio para tomarem um banho nas suas águas correntes. Corriam

⁸³ Revista *Montanha*, ano II, n. 13, 1936.

⁸⁴ Luciana Bicalho da CUNHA, 2008.

⁸⁵ Luiz MORANDO, 2008.

desesperadamente até o rio, arrancavam as suas roupas e “os corpos nus na confusão das cores – alvos, pretos, pardos e morenos – atiravam-se à água, que espadanava, retumbando...”⁸⁶ Faziam isso escondido dos pais, pois essa forma de se banhar não era permitida. Anos depois, os banhos se tornam tradição e além de serem permitidos, eram incentivados. Banhos de piscina, destaque-se; não de rios.

⁸⁶ Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 3, 1944.

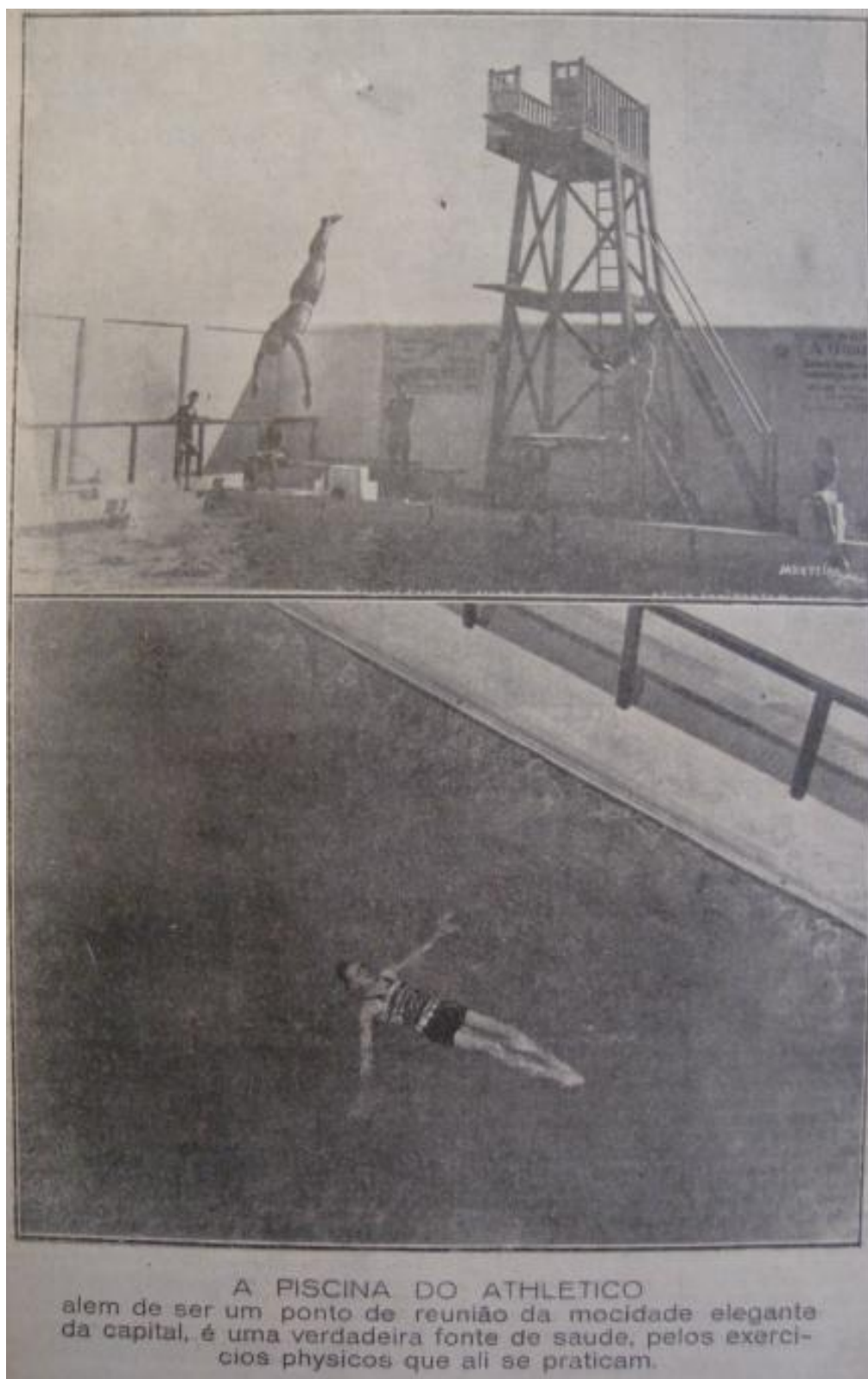


Figura 13 – A piscina do Athletico
Revista *Belo Horizonte*, ano I, n. 29, 1934

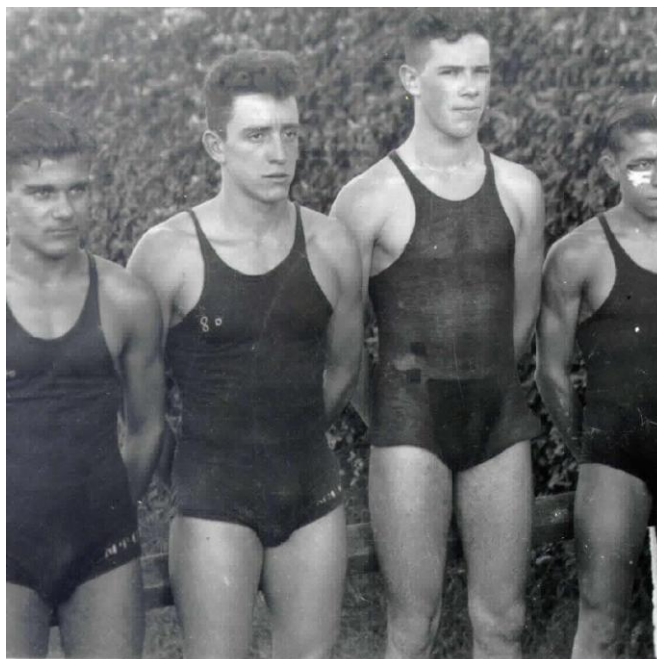


Figura 14 - Nadadores do Minas Tênis Clube – Na foto: Fernando Ramos da Matta, Danilo Magnavacca, Wilson Pavan e Noil – 1950



Figura 15 – XVº Aniversário do Minas Tênis Clube – Minas x Clube Regata Salanha da Gama. Vencedores dos 100 metros, nado de peito. Lola E. Gehard – MTC, Marlene Vieira – MTC e Dayse Gomes de Souza – Clube de Regata Saldanha da Gama (Santos) – 1950



Figura 16 – O "Tanque de Brinquedo" na Praça de Esportes – 1948



Figura 17 – Banhistas na piscina do Athletico
Revista *Cock-Tail*, ano I, n. 1, 1935, p. 06.

Neste novo ambiente que é a piscina, os banhos e o nadar agora se transformaram em “verdadeira fonte de saúde”, uma das práticas corporais e um dos divertimentos mais indicados para a população que se quer ativa e elegante. As piscinas eram o palco por excelência dos novos modelos corporais, tanto pelo *status* concedido à natação de esporte elegante e saudável, quanto pelas suas roupas especiais para a prática que deixavam mais à mostra essas novas formas e desenhos do corpo.

O tênis, ao lado do decadente turfe, da patinação e da natação, integra o rol dos esportes ditos elegantes. Indicado para todas as idades e para ambos os sexos, o tênis é reconhecido como o esporte aristocrático, praticado principalmente pela elite mineira. É assim que surge como um dos esportes mais recomendados para as mulheres, pela graciosidade e elegância de seus movimentos, sensível à fragilidade e delicadeza femininas. Porém, esse discurso muda à medida que novos padrões corporais são exigidos pela vida urbana que se afirma. Desse modo, o tênis passa a ser recomendado para as mulheres não mais somente pelas características apontadas, mas porque, ao praticá-lo, as mulheres tornam-se mais esbeltas, tonificam o corpo e tornam rítmico o seu andar. Nesse esporte, tanto para homens quanto para mulheres, a elegância é fundamental, uma qualidade que deve se fazer presente em todos os momentos, seja “nos gestos, nos saltos, nos passos e até no vestuário.”⁸⁷

⁸⁷ Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 5, 1944.

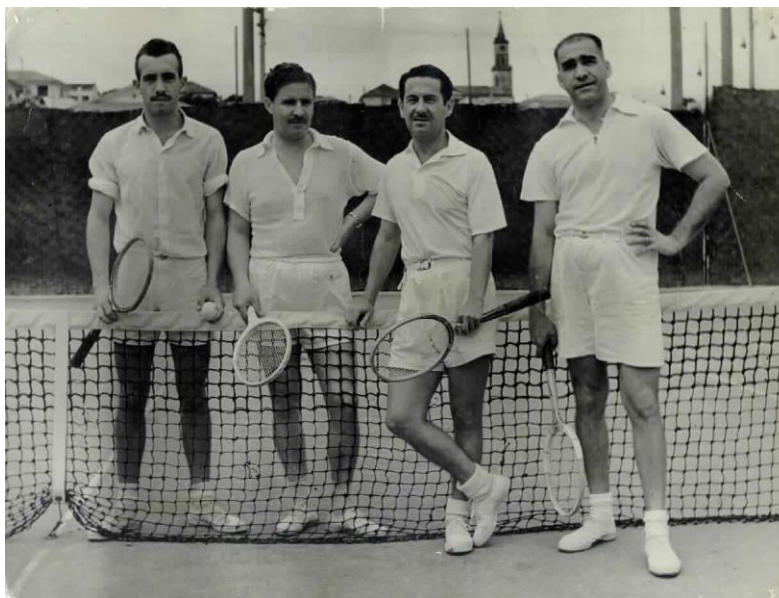


Figura 18 – 1ª Olimpíada do Minas TC – da esquerda para a direita: Roberto Alvarenga, Luiz Anastácio, Hugo Jacques e Mário Carneiro de Resende – 1950

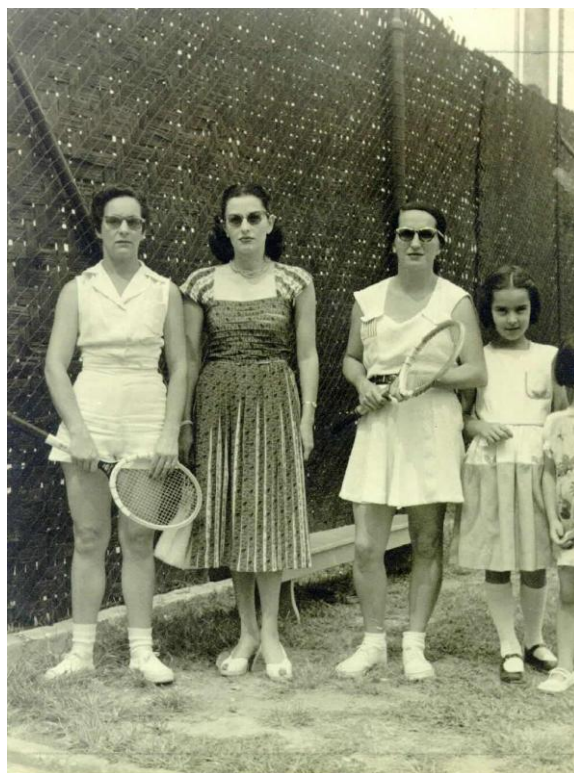


Figura 19 - Tênis – Minas Tênis Clube – Na foto, da esquerda para a direita:(Não identificada), Bertha Mendes Jeha, Lizete Meimberg – 1948



Figura 20 – Tennis, o sport da moda
Revista *Cock Tail*, ano I, n. 1, 1935, p. 19.



Figura 21 – Tênis, o esporte elegante
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 5, 1944

Se, no texto, a elegância é parte essencial do tênis, a imagem vem reforçar essa idéia. A fotografia da tenista, que rebate suavemente a bola com sua raquete, é envolta pelos laços que delicadamente delineiam a palavra “tenis”. Ainda na parte inferior da p. 21, são exibidas duas belas tenistas em seus trajes brancos. A construção de toda a página, que reúne as duas fotografias mais o desenho do título, criam uma interpretação desse esporte que se está apresentando, estabelecendo um jogo entre gesto, roupa e forma, seja ela corporal ou da escrita. A referência imagética torna-se fundamental para o embasamento do discurso da escrita.

Casas de diversões e *rinks* de patinação passaram a fazer parte dos divertimentos elegantes da capital a partir da década de 1930. Apesar de o primeiro *rink* ter sido construído em 1913⁸⁸, a patinação não teve grande adesão nesse momento, ressurgindo, pelo menos nas revistas, em 1932 com a construção do “Parauna Rink”. Considerada como esporte, aos poucos a patinação foi ganhando espaço na vida social da capital, sendo que, em 1948, a cidade possuía quatro *rinks* em funcionamento. A construção e ocupação desses espaços era sinal de progresso da capital, que tinha como referenciais as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Portanto, quanto maior o número de “centros de esportes modernos e elegantes” a cidade possuir, mais progresso e civilidade ela terá. Como tal, as pessoas não poderiam trajar senão roupas adequadas ao ambiente.

Em noites de frio ou calor – pouco importa – um público dos mais numerosos acorre aos locais dos <cimentados>, buscando as emoções do esporte elegante. Aderiram – como não podia deixar de acontecer – os cavalheiros e as damas da capital. E, além dos praticantes, que são em número elevadíssimo, assistentes comparecem em massa, divertindo com as variações dos <ases> e com as quedas interessantíssimas dos aprendizes.⁸⁹

Como outra variante desses espaços de divertimento, aparecem as casas de diversões. Não se sabe ao certo que práticas eram realizadas nesses lugares, mas elas possuíam um vínculo com o esporte ou nelas se praticavam esportes. Em formato de propaganda, são anunciadas sua existência e seu funcionamento. Pelas revistas, foram noticiadas duas delas: a Skate-Ball e a Centre-Goal. Nas propagandas, eram divulgados

⁸⁸ Marilita RODRIGUES, 2006.

⁸⁹ Revista *América*, ano II, n. 3, 1948.

torneios esportivos, e as imagens apresentadas exibiam um time de mulheres com raquetes de tênis nas mãos (Centre-Goal) e uma das mulheres com a bola aos pés (Skate-Ball).



Figura 22 – Skate-Ball
Revista *Silhueta*, ano I, n. 2, 1932

O *ethos* esportivo pressupunha certos contornos e normas na organização dessas práticas. Não bastava apenas jogar o futebol ou outro esporte qualquer, eles deveriam ser jogados no local correto, da forma correta, com a roupa correta para que se considerasse aquela atividade uma experiência da vida moderna. O futebol, enquanto esporte que mais se desenvolveu e foi aceito não somente em Belo Horizonte como em todo o país, apresentou uma multiplicidade de vivências que nem sempre ia ao encontro dos ideários de civilidade. O fato de a imprensa, de uma maneira geral, destacar o esporte civilizador⁹⁰ e negar as outras formas indica mais a necessidade de se ter um discurso de educação para a modernidade que a inexistência dessas práticas. São as “visões distintas” de um mesmo acontecimento que se integram, pois a realidade (e a história) é sempre contraditória e não se esgota em apenas um ponto de vista.⁹¹ Não negando tal fato, mas apenas escolhendo um ombro em que apoiar, continuamos aqui explorando as práticas e as roupas esportivas a partir do discurso da imprensa.

3.2 – Da produção do tecido à comercialização da roupa

As vestimentas e os equipamentos destinados à prática esportiva estão em todos os momentos relatados e exibidos pelos veículos de comunicação ao se referirem ao cenário esportivo. Afinal, sem eles, é praticamente inviabilizada a realização dessas práticas dentro da concepção de esporte moderno. Suas formas e seus usos estabelecem um código, que, por sua vez, possibilita a compreensão dos signos sociais permeados na cultura da cidade. As imagens veiculadas nas revistas nos apresentam o estágio final desses bens, ou seja, a transformação da roupa pelo corpo e vice-versa e as maneiras com que foram utilizadas, bem como os equipamentos. Porém, antes disso, se encontram os estágios de produção e de comercialização desses produtos que também se revelam importantes, uma vez que “a revolução urbana do vestuário reflete os sucessivos estágios dessas transformações, em que uma materialidade diferente ajuda a alterar as relações sociais e culturais”⁹². À medida que

⁹⁰ Ao falarmos de esporte civilizador, referimo-nos a um discurso próprio da imprensa da época. Discurso esse que guarda relações com a categoria de esporte civilizador estudada por Norbert Elias em seus estudos sobre o processo civilizador e com os estudos de Eric Dunning. No Brasil, a discussão sobre o esporte civilizador na história foi feita por Ricardo Lucena (2001), entre outros.

⁹¹ ORTEGA Y GASSET *apud* SEVCENKO, 1998, p. 523.

⁹² Daniel ROCHE, 2007, p. 266.

esses processos e transformações da indústria e do comércio se inserem e afetam as relações da urbanidade, respingos desse movimento afetarão também as roupas esportivas.

O sistema da moda, comumente caracterizado por suas relações e representações sociais, pela distinção e imitação, comporta, do mesmo modo, aspectos técnicos e econômicos fundamentais em sua dinâmica, definidores dos produtos a serem postos em circulação. Do estágio inicial de produção do tecido ao estágio final de comercialização da vestimenta pronta, revela-se um processo estruturado e regulado que tem na materialidade do tecido e da roupa, ainda que carregado de códigos da ordem das sensibilidades, seu produto final. Enquanto produtos, os tecidos e as roupas passam por etapas de produção, de criação, de confecção e de comercialização, conferindo-lhes um valor de mercado de acordo com a moda em questão. Não é por acaso que determinados tipos de tecidos e modelos de roupas ficam em voga em determinados locais e tempos. Questões de ordem econômica e comercial incidem diretamente na produção e na circulação de padrões sociais, culturais e estéticos associados à vestimenta. Chanel nos oferece um dos exemplos mais marcantes desta história: ao repudiar a ostentação do luxo, Chanel veste as mulheres da alta sociedade parisiense com modelos simples confeccionados com jérsei, tecido até então usado na fabricação de uniformes de oficiais da marinha. Trata-se de um processo de transformação de materiais em produtos de consumo, no caso, de uma peça de tecido em uma vestimenta, mediado por um mercado que produz e estimula necessidades. Como afirma Roche (2007), “o tecido está, portanto, na interseção de dois mundos, o antigo e o novo, e a sua manufatura se transforma graças à intervenção do intelecto. Sua formidável materialidade influencia o comportamento e altera as sensibilidades.”⁹³

A luta pela diferenciação na moda situa-se tanto no plano das aparências quanto no plano financeiro que, em outras palavras, “trata-se de criar – estratégia estética – representações suficientemente atraentes para conseguir impor-se no ‘campo’ da moda”⁹⁴. Nesse sentido,

(...) se quisermos entender o sistema da moda sem nos ater apenas às motivações sociais dos comportamentos individuais, devemos considerar a hipótese de que há outros atores – além dos imitadores e imitados – a serem levados em conta. Neste caso, estamos falando de quem

⁹³ Daniel ROCHE, 2007, p. 267.

⁹⁴ Nicoletta GIUSTI, 2008, p. 120.

concretamente cria, produz, distribui os objetos que circulam no sistema – aqueles produtos que depois os diversos indivíduos desejaram, encontrarão, comprarão e vestirão, dando vida ao moto-perpétuo da moda.⁹⁵

No longo percurso de elaboração de uma especificidade para a roupa esportiva, a influência do mercado da moda, as marcas de roupas e os equipamentos para o esporte detêm um grande poder de mercado e interferem diretamente nas relações econômicas e comerciais no meio esportivo. O período por nós delimitado, décadas de 1930 e 1940, entretanto, exige muita cautela em relação a esse assunto, pois a falta de fontes e arquivos mais específicos que possibilitem estudar os processos de produção e manufatura das vestimentas para o esporte dificulta a escrita de uma história mais detalhada sobre o tema. Essa pesquisa, assim, trabalha com vestígios esparsos e traços descontínuos, esboçando o possível do que poderia ter sido ou foi.

Os estudos que tematizam a história da indústria têxtil e de confecções no Brasil concentram suas ações a partir da década de 1950, em sua maioria. Ao restringir essa temática a Minas Gerais e, mais especificamente, a Belo Horizonte, as pesquisas se tornam ainda menos numerosas. Mais do que uma abnegação ao tema, o reduzido número de estudos relacionados à indústria têxtil, mas principalmente à indústria do vestuário no início do século XX, é um reflexo de dados escassos dessas atividades em Minas Gerais. Falta essa resultante tanto da não salvaguarda de documentos quanto de uma cultura ainda artesanal e não estruturada dessas indústrias, das quais poucas informações restaram. É importante ressaltar que, ainda que intimamente ligados, esses dois setores industriais passaram por diferentes processos de organização, de desenvolvimento e de enraizamento no mercado mineiro e nacional. A indústria têxtil foi por um tempo a base da economia industrial do Brasil. De acordo com Decca (1991), até 1930 os grandes estabelecimentos industriais eram, em geral, do setor têxtil. “Essas grandes fábricas de tecidos dispunham de muito capital e concentravam o maior número de operários, sendo de muita importância no conjunto da atividade industrial no Brasil.”⁹⁶ Situação favorável que se estendeu até o período da 2ª Guerra Mundial. Segundo um estudo econômico realizado pelo

⁹⁵ *Ibidem*, p. 119.

⁹⁶ Maria Auxiliadora DECCA, 1991, p. 27.

Departamento Econômico da Confederação Nacional da Indústria em 1950, a indústria têxtil cresceu substancialmente nesse período, elevando suas exportações e seus lucros.

Pela primeira vez era a indústria de tecidos solicitada à exportação de quantidades substanciais. Países americanos e mesmo de outros continentes procuravam avidamente os artigos fabricados no Brasil. Os preços se elevavam, sendo que os de exportação ultrapassavam sensivelmente os que vigoravam no país. Nenhum limite à possibilidade de exportar a não ser a própria capacidade de produção de maquinaria. (...) A exportação ultrapassou 200 milhões de metros sem que o consumo interno mínimo de 900 milhões deixasse de ser atendido com regularidade. Os lucros foram sem dúvida avultados.⁹⁷

O impulso dado pela guerra também foi sentido pelas indústrias mineiras de tecidos.⁹⁸ Até os anos de 1940, esse setor encontrou boa receptividade, abrangendo significativo número de estabelecimentos, com relativo aumento do volume de emprego e do valor de produção.⁹⁹

⁹⁷ Departamento Econômico da Confederação Nacional da Indústria. *A indústria têxtil brasileira*. 1950, p. 17.

⁹⁸ Sobre estudos relativos à história da indústria mineira de tecidos, ver VAZ, Alisson Mascarenhas. *Cia. Cedro e Cachoeira: história de uma empresa familiar: 1883-1987*. Belo Horizonte: Cedro Cachoeira, 1990; MUSEU DE ARTE DE BELO HORIZONTE MUSEU DA CIA. CEDRO E CACHOEIRA. *Cultura têxtil nas Minas Gerais*. Belo Horizonte: Prefeitura de Belo Horizonte, 1978.; FUNDAÇÃO 18 DE MARÇO. *A fábrica de tecidos de Machado, 1871-1917*. Belo Horizonte: Mazza: Fundação 18 de Março, 1989. 82 p.; VAZ, Alisson Mascarenhas. *A indústria têxtil em Minas Gerais: o papel da família Mascarenhas 1872-1972*. Belo Horizonte: [s.n.], 1976. 333 p.

⁹⁹ Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965.



Figura 23 – A indústria têxtil em Minas Gerais
Revista da *Produção de Minas Gerais*, ano I, n. 2, 1937, p. 49

A expressiva produção têxtil em Minas Gerais, comparada a outros estados e mesmo a outros produtos industriais dentro do próprio estado, não atesta, necessariamente, uma igualdade de fabricação em escala industrial com equipamentos modernos por todos os estabelecimentos. Pequenas fábricas, instaladas em fazendas, com maquinarias obsoletas e trabalhadores não qualificados, continuam seus trabalhos até o final da década de 1940. Segundo Iglesias (s/d), após uma tentativa de superação da ordem agrária pelo Estado, em 1939, com o intuito de estabelecer uma estrutura sólida de aproveitamento da matéria-prima, o setor industrial torna-se alvo de grandes mudanças.

As antigas manufaturas às vezes desaparecem para dar lugar a grandes fábricas. O mais comum é a persistência de formas obsoletas, de baixa rentabilidade, pelo caráter quase doméstico de muito da produção antiga. Torna-se conhecida a luta entre a indústria nova, de alta racionalidade organizacional e técnica apurada, e as antigas fábricas, de dimensões

reduzidas e equipamento antiquado, de mínimo vigor como empresas, constituídas antes como iniciativas de família que mal se ajustam à competição de ordem econômica evoluída. Surgem grandes fábricas de tecido, de produtos alimentícios, de material de construção e de vários outros tipos em condições superiores ao que até aí se praticara.¹⁰⁰

Na interseção do antigo e do novo, a indústria têxtil mineira do início do século XX se consolida como uma das mais importantes do Estado. Na capital, para atender a demanda da sua recém-formada população, pequenos empreendimentos industriais foram surgindo, entre eles os de artigos de vestuário em geral. Na década de 1930, é criada a Cia. Renascença Industrial, uma fábrica de fios e tecidos finos, que provocou grande impacto na economia local, para além de empregar em sua maioria mulheres. Entre progressos e regressos, a indústria da capital ia se desenvolvendo, mas é em meados da década de 1940, quando o processo de industrialização do país é intensificado, que ela é consolidada e, dessa forma, novos códigos culturais passam a ser postos em circulação na sociedade. Esse processo teve como marco a criação da Cidade Industrial, pensada para ser o principal polo econômico do Estado. Em 1941, foi assinado o decreto que criava a Cidade Industrial, porém sua inauguração se deu somente em 1946. Neste mesmo ano, a empresa de tecidos Estamparia S/A iniciou suas atividades, sendo uma das pioneiras neste novo espaço.¹⁰¹ A tendência à urbanização das fábricas deveu-se à grande disponibilidade de mão de obra, à dificuldade de transporte dos produtos bem como à proximidade com o maior mercado consumidor dos produtos, em que se concentra a maioria da população e da renda.¹⁰² Era na cidade que estavam também as lojas, os pequenos empreendimentos, as pessoas e as idéias que transformariam os tecidos em peças de vestuário, conferindo a elas seu papel na promoção de novos padrões e sensibilidades.

O prospecto da pesquisa brasileira sobre a indústria do vestuário que se apresenta sobre as décadas de 1930 e 1940 indicia alguns aspectos fundamentais para a compreensão da produção e da circulação das roupas esportivas, mesmo que elas não sejam diretamente mencionadas. A partir de dados censitários referentes à indústria de vestuário, calçados e artefatos de tecidos e aos grupos que a compõem dos anos de 1920, 1940, 1950, 1960 e

¹⁰⁰ Francisco IGLESIAS. *Breve história econômica de Minas Gerais*. s/d.

¹⁰¹ Dados do Centro de Memória do Sistema FIEMG, acessados pelo site www.fiemg.com.br, no dia 03/09/2008.

¹⁰² Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965.

1970, Alice Abreu (1980) elaborou um panorama representativo dessa indústria no âmbito nacional. Delimitando suas análises nas décadas de 1920 e 1940, a autora apresenta dados importantes para se compreender a dinâmica estabelecida nesse setor. Em 1920, a fabricação de roupas propriamente dita abrangia, proporcionalmente, uma porcentagem menor que a de calçados e a de chapéus. Dentro desta porcentagem, incluíam-se as roupas feitas para mulheres e crianças no grupo das roupas para homens, pois a sua fabricação era de tal maneira incipiente que não justificava seu recenseamento em um campo estatístico à parte. Na década de 1940, o campo estatístico de roupas para mulheres e crianças inaugura-se no censo, mas ainda em proporções bastante inferiores ao grupo de roupas para homens. Tais fatos indicam que, até a década de 1940, a confecção de roupas, principalmente femininas, era, em sua grande maioria, realizada por costureiras e alfaiates, em suas casas, ateliês ou lojas de pequeno porte.

Tabela 2 – Número de estabelecimentos industriais e pessoal ocupado na indústria do vestuário, calçados e artefatos de tecido por grupos de indústria – Brasil – 1920, 1940, 1950, 1960 e 1970¹⁰³

Indústria do vestuário, calçados e artefatos de tecidos	Estabelecimentos industriais					Pessoal ocupado				
	1920	1940	1950	1960	1970	1920	1940	1950	1960	1970
TOTAL	1.988	3.218	5.076	7.639	8.613	32.502	49.317	76.464	97.999	164.512
1 – Roupas interiores	160	230	413	942	992	5.975	4.421	8.034	13.910	28.497
2 – Roupas para homens	38	126	201	498	1.147	1.058	2.898	5.770	12.082	28.785
3 – Roupas para senhoras e crianças	-	80	170	572	1.147	-	989	4.027	5.913	17.587
4 – Agasalhos	-	43	105	118	111	-	301	1.513	1.339	2.372

¹⁰³ Fonte: Brasil. FIBGE. *Censos Industriais de 1920, 1940, 1950, 1960 e 1970*, apud ABREU (1980).

5 – Chapéus	223	218	116	161	169	5.575	4.625	4.538	3.925	2.323
6 – Calçados	1.418	2.181	3.565	4.555	3.912	18.519	32.409	46.376	53.081	71.215
7 – Acessórios do vestuário	132	289	369	611	574	1.399	3.081	4.081	6.310	8.229
8 – Outros	17	57	135	182	425	976	593	2.125	1.439	5.560

O censo de 1940 fornece ainda dados referentes ao número de trabalhadores a domicílio empregados pelas indústrias recenseadas: 45,9% desses trabalhadores estavam ligados à fabricação de roupas e calçados. Atento a esses elementos, pode-se dizer que o setor de confecções no Brasil, até a década de 1940, encontrava-se fragmentado, tanto na produção quanto na divisão do trabalho por público-alvo. Isso porque essas indústrias, por características próprias do seu mercado e pela tradição do complexo manufatureiro, apresentam diferentes níveis de demanda de trabalho e de recursos tecnológicos.

Apesar de um crescimento industrial relevante nessas três décadas, a produção de vestimentas continuava a subsistir em grande número nas mãos de alfaiates e de costureiras, seja por encomendas individuais ou familiares, seja pela contratação desses artesãos por empresas maiores em um regime de trabalho a domicílio. Diante disso, parece correto afirmar que grande parte das roupas destinadas aos esportes incluía-se no modo de produção domiciliar ou em pequena escala, uma vez que não há indícios de uma fabricação especializada por parte das grandes indústrias. A divulgação de modelos de trajes esportivos pela imprensa, com a descrição dos tecidos utilizados e a maneira de confeccioná-los, corrobora a idéia da fabricação caseira. Eram veiculados modelos de roupas femininas, fossem elas esportivas ou não, em voga em um nível de detalhamento dos seus cortes e tecidos, que serviam não apenas para apresentar ou contemplar a moda vigente como também para orientar a confecção desses trajes pelas costureiras ou pelas próprias mulheres que as usariam.

Tabela 3 – Distribuição dos trabalhadores a domicílio por algumas classes de indústrias¹⁰⁴

Classes de indústria	Trabalhadores a domicílio					
	Total	%	Homens	%	Mulheres	%
Total	11.740	100	2.077	100	9.663	100
Indústria de madeira e produtos afins	1.033	8,8	135	6,5	898	9,3
Indústria de couros e peles	815	6,9	93	4,5	722	7,5
Indústrias têxteis	1.058	9,0	43	2,1	1.015	10,5
Indústrias do vestuário, calçado e toucador	5.393	45,9	1.206	58,1	4.187	43,3
Indústria de produtos alimentares	856	7,3	278	13,4	578	6,0
Indústria de bebidas e estimulantes	2.021	17,2	146	7,0	1.875	19,4
Outros	564	4,8	298	14,3	388	4,0

A produção e a comercialização dos trajes esportivos integram processos sociais e econômicos que contribuem para a transformação dos indivíduos. A materialidade resultante dos caminhos percorridos, da matéria-prima ao produto final, educa, constrange, ordena gestos e comportamentos. Portanto, procurar compreender, ainda que minimamente, as tramas que constituem essa produção de materiais e sentidos é fundamental para o entendimento de uma educação do corpo pelas roupas; mesmo porque as regras que regem os sistemas econômicos e comerciais conformam, ao mesmo tempo, aspectos da personalidade social urbana.

¹⁰⁴ Fonte: Brasil. FIBGE. *Censo Industrial de 1940*, apud ABREU (1980).

“As pessoas gostam de novidades”, escreve Pradier, do Escritório do Comércio; “acham que elas são baratas, duráveis e limpas”. Para entendermos esses imperativos, precisamos examinar a contribuição fundamental dos fabricantes e dos comerciantes de roupa na formação das novas estruturas materiais e mentais. A seu modo, eles ajudam a disseminar a revolução do consumo, quando as necessidades crescentes coincidem com a possibilidade de aumento de produção.¹⁰⁵

Promovendo a ligação entre a produção e o consumidor, o comércio, mais especificamente o relativo às vestimentas e tecidos, auxilia a pensar as transformações culturais, sociais e econômicas da cidade, expressando mudanças de hábitos de sua população.¹⁰⁶ O comércio na capital, a partir da década de 1930, viveu um período de crescimento e de expansão associado ao processo de industrialização do país. Espaços e ruas se tornaram pontos comerciais e referências espaciais, como a Avenida Afonso Pena, onde se concentrava o comércio elegante, e a Avenida Santos Dumont, onde se instalava o comércio popular. A comercialização de tecidos e roupas era, em sua maioria, feita por alfaiatarias e por pequenas lojas. No caso dos homens, eles escolhiam o tecido e mandavam confeccionar seus ternos. Já muitas mulheres, quando não faziam igual aos homens, costuravam suas próprias vestes. A partir de meados da década de 1940, muitas lojas expandiram suas vendas, inauguraram novas filiais e grandes redes de outros estados se instalaram na capital mineira, o que acarretou mudanças importantes no comércio e na confecção das roupas. Esses estabelecimentos iniciaram uma popularização do consumo de roupas¹⁰⁷, seja pela oferta de diferentes tipos de tecidos, dos mais nobres aos mais simples, seja pela oferta de uma “meia-confecção”, em outras palavras, vestimentas já quase prontas que seriam terminadas de acordo com as medidas do cliente. Iniciaram também outras práticas de venda, facilitando o pagamento a crédito para a população em geral, antes exclusivo dos clientes mais próximos.¹⁰⁸ Uma nova cultura na confecção e na comercialização das roupas vai sendo lentamente incorporada à dinâmica urbana. Se os novos tempos exigiam uma aceleração dos ritmos, individual e social, e um aprimoramento da técnica, o mercado das roupas não poderia ficar alheio a essas mudanças. Da mesma forma, o corpo não ficaria alheio aos ditos desta modernização das formas e costumes.

¹⁰⁵ Daniel ROCHE, 2007, p. 268.

¹⁰⁶ *Belo Horizonte & Comércio: 100 anos de história*. Fundação João Pinheiro, 1997.

¹⁰⁷ Sobre a popularização da moda, ver Anthoula FYSKATORIS. *O varejo de moda na cidade de São Paulo (1910-1940)*. São Paulo: PUC. 2006. (Dissertação de Mestrado).

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 26.

2ª **SERIEDADE**
haz a **CONFIANÇA**

DA *Confiança*
RESULTA UM NÚMERO
SEMPRE CRESCENTE
DE FREGUEZES

2º ANDAR
ROUPAS FEITAS
• ALFAIATARIA •
• COM 3 CONTRAMESTRES •
UM DOS QUAIS
CONTRATADO RECENTE-
MENTE DO RIO.

1º ANDAR
ARTIGOS PARA
SENHORAS
• E CRIANÇAS •
ROUPA DE CAMA E MESA
★
DEPARTAMENTO
DE CREDITO

LOJA
CHAPÉUS
CAMISARIA
CALÇADOS
ARTIGOS P/ SPORT
PERFUMARIA

A Guanabara
VE-SE ASSIM OBRIGADA A AMPLIAR
O SEU NEGOCIO E A OCUPAR OS
SOBRADOS

A DINHEIRO OU A CREDITO COMPRA NA
GUANABARA

Figura 24 – Publicidade Casa Guanabara
Revista Comercial de Minas Gerais, n. 42, 1941

Em 1950, o comércio de tecidos e vestuários já abrangia 13,4% do total de estabelecimentos comerciais de todo o estado, empregando 12.281 pessoas, que corresponde a 17,4% dos comerciários de Minas Gerais, número bastante expressivo, que indica a importância do setor na atividade econômica mineira.

Tabela 4 – Estabelecimentos comerciais têxteis em geral e Pessoal ocupado nos estabelecimentos comerciais têxteis em Minas Gerais, nas décadas de 1950 e 1960.¹⁰⁹

	Número de estabelecimentos comerciais têxteis		Pessoal ocupado em estabelecimentos comerciais têxteis	
	1950	1960	1950	1960
Varejistas	4.487	6.773	11.281	16.879
Atacadistas	95	92	762	1.047
Mistos	83	126	483	963
A – Total	4.665	6.991	12.526	18.885
B – Total de estabelecimentos comerciais e comerciários no estado	34.618	42.991	71.755	96.026
% de A em B	13,4%	16,2%	17,4%	19,6%

Essa expansão do mercado das roupas proporciona uma revolução nas maneiras de se vestir e dos usos e significados dessas roupas, uma vez que, na moda, a “tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individual num agir unitário”¹¹⁰. Simmel (2008) sugere que as modas são sempre modas de classe, pois, no momento em que as classes mais pobres se apropriam da moda das classes mais ricas, estas a abandonam para que a distinção produzida pelas roupas permaneça. Como alimento dessa manifestação social da moda, o comércio se faz peça fundamental para a sua compreensão. Nesse complexo processo de “produção e comercialização das aparências”¹¹¹, as roupas esportivas timidamente vão encontrando seu espaço.

¹⁰⁹ Fonte: Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965. p. 35.

¹¹⁰ Georg SIMMEL, 2008, p. 24.

¹¹¹ Expressão de Daniel Roche apresentada no livro *Cultura das Aparências*, 2007.

Um reclame encontrado nas páginas *revisteiras* direcionado especificamente para artigos esportivos foi veiculado em 1944 pela Revista *Minas Tênis*:



Figura 25 – Publicidade Casa Ranieri
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 3, 1944

Até então, a publicidade de estabelecimentos de tecidos e roupas não havia direcionado seu olhar para as roupas esportivas. No máximo, apresentavam indiretamente roupas de banho. Isso ocorria, provavelmente, não pela inexistência de lojas que comercializavam artigos esportivos, mas pelo insípido mercado que eles ainda possuíam e que, agora, com a propulsão do esporte pelos clubes, aos poucos ia ganhando espaço no imaginário da população como um todo.

As roupas utilizadas para as práticas corporais, a princípio, eram pequenas adaptações daquelas usadas no dia a dia, e somente as classes mais abastadas consumiam trajes especializados para o esporte. Assim como aconteceu com as grandes redes de comércio têxtil, esses estabelecimentos “facilitaram” o acesso e o consumo das roupas esportivas para a maioria da população. Essa lenta inserção e adesão das roupas específicas

para a prática esportiva fazia parte de um discurso higiênico e estético sobre um novo estilo de vida, que impactava os corpos e os comportamentos dos indivíduos. E a publicidade tinha o papel de seduzir esse público promissor desse mercado em ascensão.

Veiculadas principalmente em revistas esportivas, as páginas publicitárias referentes a estabelecimentos de artigos esportivos se mantêm até o fim da década de 1940, mudando a forma de comunicação com o leitor e, até mesmo, facilitando suas compras. A revista *Olímpica* de 1949 traz em seu corpo uma publicidade da loja *Superball*, apresentando uma tabela com os produtos, seus respectivos preços e pagamento por reembolso postal.

Tabela 5 - Produtos e Preços da Loja Pelota Superball¹¹²

Produto	Preço Cr\$
Futebol (bola)	
n° 1	60,00
n° 2	65,00
n° 3	70,00
n° 4	85,00
n° 5	100,00
Qual <C>	130,00
Qual 	140,00
Extra	160,00
Duplo <T>	170,00
Volleyball (bola)	
Of-branca	125,00
Of-cromo	115,00
Basketball (bola)	
Of-extra	180,00
Chuteiras	
Bico duro, t/ de sola, par	75,00
Inteiriças, forradas	90,00
Bico mole, flexíveis, t. fibra	90,00

¹¹² Fonte: Revista *Olímpica*, ano I, n. 2, 1949.

Meias futebol	
Algodão, tipo inglês, par	15,00
Algodão-lã, tipo inglês, par	18,00
Pura lã, tipo inglês, par	10,00
Joelheiras	
Elásticas, lisas, par	22,00
Com feltro, par	30,00
Tornozeleiras	
Elásticas, par	20,00
Camisas futebol	
Côres desbotáveis, jogo	260,00
Côr firme, jogo	470,00
Côr firme c/ faixa diagonal	550,00
Camisas sem manga	
Cores desbotáveis, uma	18,00
Côr firme, uma	30,00
Côr firme c/ faixa diagonal, uma	40,00
Calções	
Futebol brim de 1°, um	18,00
Basket e Volley, tipo americano	40,00 (?)
Keds (sapatos para basketball)	
De lona preta, soldado e moldado tipo americano	101,00 (?)
De lona preta com amortecedor	90,00
De lona, tipo popular	45,00
Suspensórios atléticos	
Elásticos	23,00
Regras	
Futebol	12,00
Basketball	9,00
Volleyball e Atletismo	6,00
Apitos para juiz, um	12,00
Bombas para encher bolas, uma	35,00

Dos reclames das lojas de tecidos à publicidade das lojas especializadas em artigos esportivos, percebe-se a incorporação de novas sensibilidades no ato de se vestir para as práticas corporais e esportivas. A publicidade dá a conhecer não somente que produtos estavam em circulação, mas também nos ajuda a compreender os usos e significados dessa circulação. Não se pode esquecer, entretanto, que os sentidos disseminados pela publicidade são permeados de intenções comerciais e de padrões socioculturais desejados. Valendo-se da capacidade da mídia de promover valores e comportamentos, os textos e imagens publicitários racionalizam desejos para perpetuar modelos.

A consagração de todo este processo de produção e comercialização das roupas, entremeado por estratégias econômicas, estéticas e publicitárias, culmina no que chamamos hoje de indústria da moda. Do modelo industrial e comercial de tecidos e vestuários vigente até meados do século XX, artesanal, de pequenas escalas e abrangência praticamente local, ao modelo atual, altamente estruturado, racionalizado e globalizado, transformaram-se modos de produção, assim como padrões de roupa e de corpo. As mudanças sociais, de um lado, e as produtivas e de distribuição, de outro, complexificaram o sistema da moda, determinando novos atores e objetos a serem referências estéticas e comportamentais. Ainda assim,

o que permaneceu constante, e que provavelmente constitui a verdadeira característica distintiva da indústria da moda, é a capacidade de criar e orientar/impor aquele conjunto de representações e de produtos que compõem, justamente, a moda como código estético dominante.¹¹³

Para compreender quais códigos estéticos da moda esportiva estavam postos e como eles se difundiram na sociedade belorizontina, discutiremos, a seguir, o “conjunto de representações e produtos” produzidos e promovidos pelas imagens e textos das revistas.

¹¹³ Nicoletta GIUSTI, 2008, p. 123.

4 – AS ROUPAS ESPORTIVAS EM REVISTA

Chamadas a assumir por vezes o papel de distinção social, por vezes o de marcação de identidade coletiva e individual, por vezes o de definição dos gêneros, as roupas, inseridas no sistema da moda, nos revelam uma maneira de compreender as relações humanas ao longo da história. Esse entendimento não se dá apenas pela sua materialidade composta pelos diversos tipos de tecidos, de cores e de texturas que possibilitam uma infinidade de modelos a serem criados, mas principalmente pelos sentidos de sua fabricação, seu consumo e seus usos que se fazem diferentes a cada época e a cada cultura. “Cobrir ou adornar o corpo nu constitui traço de distinção e cada cultura e sociedade tratará de marcar sua singularidade também por esse gesto.”¹¹⁴

Como escreveu Honoré de Balzac em seu livro *Traité de la vie elegante*, “a roupa é a expressão da sociedade” e “é, simultaneamente, uma ciência, uma arte, um hábito, um sentimento”.¹¹⁵ De qualquer forma e em qualquer situação, a roupa não deixa de expressar uma certa organização social e simbólica da civilização. Tudo isso é parte de uma contínua reconstrução das sensibilidades que, a cada época, permite esconder ou revelar determinadas partes do corpo e restringir ou ampliar seus volumes.

Se a função primeira das roupas era, e ainda é, a proteção do frio, do sol, do olhar do outro e do que mais for preciso, com o advento da moda, elas ganharam novas significações. Da higiene à distinção, interpolados pela sedução, pelo conforto e pela beleza, as vestimentas carregam códigos importantes para a manutenção da vida social. Roche (2007), apoiando-se em Barthes e em Flügel, nos mostra a diferença entre o vestir, ato individual em que o indivíduo se apropria do proposto pelo coletivo, e a vestimenta, elemento de um sistema formal, sancionado pela sociedade, a partir de um ponto de vista histórico e sociológico. Nesse sentido, o vestir pela proteção e modéstia só se torna, de fato, vestimenta quando é reconhecido por diferentes grupos sociais e se insere “em conjuntos culturais definidos por vínculos e códigos”.¹¹⁶ Esse reconhecimento sugere o estabelecimento de regras sociais, com poder de restrição e extensão das transgressões,

¹¹⁴ Carmen SOARES, 2010, p. 72. Julgo importante destacar que a tese de Livre Docência da Profa. Carmen Soares aqui referendada configura-se como uma das principais referências para este trabalho.

¹¹⁵ Honoré de BALZAC, 2002. “La toilette est l’expression de la société. ” (p.48). “La toilette est, tout à la fois, une science, un art, une habitude, un sentiment” (p. 53).

¹¹⁶ Daniel ROCHE, 2007, p. 59.

relacionadas às roupas, permitindo compreender as conjecturas normativas em que as práticas sociais se revelam.

Para Michel Oliva (2001), as roupas exerceram três grandes funções na longa duração: proteção, expressão das classes sociais e desejo de sedução. Como função primeira, a proteção não se restringe apenas ao ato de cobrir-se para se salvaguardar das condições climáticas, mas também do olhar do outro. É o traço cultural que diferencia o homem dos outros animais. O pudor à nudez, com uma de suas origens nos discursos religiosos, convoca a vestimenta como proteção moral dos homens e das mulheres. A segunda função se manifesta pela distinção social e traz em si uma discussão abraçada por muitos estudiosos da moda. Há muito, as roupas já são usadas como marcador social-econômico, diferenciando a riqueza da pobreza e a ostentação da indigência. Afinal, “estar vestido é existir socialmente.”¹¹⁷ E como última grande função, encontra-se a sedução. Mais ligado às mulheres, o ato de seduzir por meio das roupas reforça essa procura pela beleza e a glorificação do luxo. “Mais profundamente, a sedução opera pela embriaguez da mudança, pela multiplicação dos protótipos e pela possibilidade da escolha individual.”¹¹⁸ É na negociação entre a aparência e o desejo que ela se faz representativa.

Como elemento da cultura material, as roupas podem exprimir determinados *status* social, cultura, identidade de gênero, religiosidade, classe social, entre outros aspectos de uma época e sociedade. Todos esses aspectos estão invariavelmente ligados à capacidade do vestuário em estabelecer uma identidade, sendo ela individual ou coletiva, ou seja, as roupas carregam símbolos que podem ser lidos e entendidos ao se reconhecer o seu pertencimento a determinado grupo, ou grupos, que os distinguem, que os tornam singulares. Essa distinção, como bem analisa Bourdieu (2008), é pautada nas condições em que são produzidos os consumidores dessas roupas e seu gosto bem como as diferentes maneiras de sua apropriação em um determinado momento. Essas várias maneiras de se apropriar de um objeto, que participa da construção do gosto, como, por exemplo, os diversos usos sociais que uma vestimenta tem, assim como suas formas e cores, estão diretamente associadas às diferentes posições possíveis no espaço social e ao hábito. “O gosto classifica aquele que procede a classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas

¹¹⁷ “S’habiller, c’est exister socialement” (OLIVA, 2001, p. 72)

¹¹⁸ Gilles LIPOVETSKY, 1989, p. 95.

distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas”.¹¹⁹

No século XIV, os gestos e as roupas constituíram uma evidência da boa conduta e dos modos de se proceder, orientados pelas regras de civilidade, principalmente entre os nobres do Antigo Regime. Na vida da corte, a aparência corporal devia ser fabricada, com o uso de coletes a fim de enrijecer a região abdominal, afinal controlar o próprio corpo era condição para se governar a sociedade.¹²⁰ “Doravante, a roupa não serve apenas para seguir os contornos do próprio corpo. Ela, incluindo o espartilho, impõe uma forma às aparências, adelgaçando-as e modelando-as segundo os ideais estéticos em voga.”¹²¹ Sobre tempos anteriores, mais especificamente na Idade Média, Vigarello (1996) discorre sobre o papel das roupas na limpeza corporal, em que as práticas higiênicas são menos uma questão de saúde que uma obrigação moral. Os trajes, que comportam as roupas de baixo contrapostas ao pano das roupas de cima, se introduzem no campo da limpeza corporal pela troca da roupa de baixo e pela manutenção de uma “aparência limpa e honesta”. É a aparência que predomina quando se trata de asseio, em que o corpo é tratado por seus invólucros mais exteriores, as vestimentas. No trabalho com a aparência, a “alusão sempre rápida à limpeza está ligada à conveniência e atinge o campo do olhar.”¹²² Cada época, portanto, elabora sentidos do ato de vestir, constituindo uma cultura das aparências que nunca cessa de se transformar.

Intrinsecamente associadas à estética e ao visual, as roupas se destacam no papel de distinção social. Seus códigos são reconhecidos pelo olhar, não precisando de uma palavra sequer para que os indivíduos estabeleçam comunicação entre si. Suas formas e volumes são criações carregadas de intenções, revelando ideais éticos e estéticos. Segundo Bourdieu (2008), nada é mais distintivo ou distinto que a capacidade de constituir, esteticamente, objetos vulgares e banais ou a competência em aplicar os princípios da estética nas escolhas mais comuns do cotidiano, como é o caso do vestuário. Da intenção de submeter as necessidades humanas primárias ao esmero e à sublimação é que se dá a estilização da vida. As roupas a fazem competentemente.

¹¹⁹ Pierre BOURDIEU, 2008, p. 13.

¹²⁰ Denise SANT’ANNA, 1993.

¹²¹ *Ibidem*, p. 246.

¹²² Georges VIGARELLO, 1996, p. 51.

Enquanto forma de comunicação básica, a vestimenta se exprime nos detalhes. O tipo de tecido usado, o tamanho e a profundidade dos cortes e decotes e a definição da cor, por mais comuns que sejam aos olhos da sociedade de uma época, são fundamentais para compreender a maneira de viver e os valores dessa população. A linguagem das roupas é essencialmente composta por símbolos e não por palavras; e assim o é para “que possa operar livremente abaixo do nível do pensamento consciente e do discurso.”¹²³ Essa idéia de comunicação, no entanto, só faz sentido quando se considera não somente a vestimenta em si, mas também o corpo vestido. É na articulação entre corpo e roupa que se manifesta a linguagem, uma vez que é na interação dos sujeitos com eles mesmos e com o mundo que o corpo se significa ao mesmo tempo em que dá sentido as suas práticas sociais. O simples ato de vestir o corpo já constitui uma forma de comunicação, se considerarmos que “o corpo não fala senão quando ele é coberto de artifícios.”¹²⁴

A imagem do corpo vestido constitui, geralmente, o primeiro impacto e o primeiro contato com os indivíduos e com os objetos ao redor. E é por meio dessa imagem e na sua transformação que o sujeito vai formando a sua maneira de estar no mundo e a sua aparência. Concebida como *performance*, a imagem do corpo revestido apresenta-se como uma construção aberta à identidade material, como uma dimensão mundana da subjetividade. Isso a partir da idéia de que não existe um corpo “nu”, puramente biológico, mas um corpo social, cultural e biológico.¹²⁵ Um corpo que foi sendo significado ao longo da história é constantemente ressignificado de acordo com as intempéries da moda. As roupas mostram que as formas visuais “sobrevivem e são usadas repetidamente em muitas variantes, atribuindo um significado temporário diferente ao seu apelo visual permanente.”¹²⁶

A história da vestimenta está intimamente ligada à história da moda. Ainda que haja distinções em suas concepções, elas foram se construindo lado a lado, justapondo-se em vários momentos. Como afirma Roche (2007), a história da vestimenta pode até tentar se emancipar da história da moda, mas jamais conseguirá libertar-se totalmente. A efemeridade, a promoção da individualidade, a importância do parecer e a sedução são os

¹²³ Anne HOLLANDER, 1996, p. 25.

¹²⁴ BOREL, 1992, p. 16 *apud* SOARES, 2010, p. 67.

¹²⁵ Daniela CALANCA, 2008.

¹²⁶ Anne HOLLANDER, 1996, p. 25.

traços mais comumente associados à moda. Assim como a própria moda pressupõe uma inconstância de seus aspectos materiais e comportamentais, suas próprias características se revelam volúveis ao longo da história de acordo com as transformações mais amplas das sociedades e das culturas. Se no reinado De Luís XIII e Luís XIV ela possuía dois significados principais, representar os costumes e tudo que mudava de acordo com tempo e o lugar¹²⁷, a partir dos impactos da Revolução Industrial ela assumia também o papel de definição de classes. Em fins do século XIX e no início do século XX, com o que vários autores chamam de democratização das roupas¹²⁸, a moda vai ganhando outros traços fundamentais, como, por exemplo, a estetização das formas. Isso não significa que esses aspectos não se apresentavam juntos em diferentes épocas, mas, sim, que cada época elegia um ou alguns deles como características predominantes. A moda, portanto, nos mostra a dinâmica das relações sociais e a maneira com que elas vão sendo construídas.

Colocada na longa duração da vida das sociedades, a moda torna-se uma realidade sócio-histórica característica do Ocidente. Segundo Braudel, alguns países do Oriente conseguiram manter-se afastados das transformações da moda.¹²⁹ As roupas, portanto, perpetuaram-se por séculos com pouca ou nenhuma alteração de seus cortes e sentidos. Um viajante europeu em 1793 observa:

Na China, a forma da roupa raramente muda por moda ou por um capricho. O vestuário que convém ao estado de um homem ou à estação do ano em que o usa é sempre feito da mesma maneira. As próprias mulheres não têm modas novas, a não ser no arranjo de flores e outros ornamentos que põem na cabeça.¹³⁰

Mesmo que essas sociedades sejam impactadas pela moda atualmente, foi no Ocidente, particularmente na Europa, que ela manifestou com maior vigor o seu sentido ao longo das etapas de seu caminho histórico. Foi nas cortes dos países europeus, sobretudo a partir do século XIV, que a regra da mudança do vestuário foi se impondo como prática essencial da vida social. Nos muitos anos que se seguem até o século XX, a moda enraíza-se como manifestação da vida pública, em que pese estratégias de distinção, de

¹²⁷ *Ibidem*.

¹²⁸ Entre eles, Diane CRANE (2006), Valerie STEEELE (1989).

¹²⁹ Fernand BRAUDEL, 1995.

¹³⁰ G. MACARTNEY, 1793, p. 353 *apud* BRAUDEL, 1995, p. 272.

identificação e de produção do gosto. Seu impacto, porém, não pode ser considerado como dominante e tampouco universal nas diferentes épocas e sociedades. À margem da moda sempre esteve uma parcela da população, seja por condições econômicas seja por resistências locais, culturais ou religiosas. Por isso, é importante pensar que a moda não é um mero reflexo da sociedade, mas dela faz farte, constituindo-a e por ela sendo constituída. É necessário ponderar a moda como algo que adentra a cultura material, mas que também é significada pelos aspectos imateriais que a circundam, na qual o ato de vestir-se é composto tanto pelos tecidos quanto pelos símbolos.

Nas sociedades complexas essa “segunda pele” é escolhida e trocada constantemente. Isso porque a escolha no vocabulário vestimentar ocidental é ampla, abrangente e maleável, construída a partir da idéia de novidade. Esta última impulsiona a produção de um imenso espectro de opções de peças, que possam construir composições, as quais suscitam interpretações das mais diversas. O vestuário ocidental possui uma lógica própria que é nomeada como moda. Para nós, as roupas e seus ornamentos, são importantes comunicadores de nossas crenças e ideais a respeito do mundo. Pois, a partir da maneira que um indivíduo manipula essa cultura material, ele expressa o que deseja que a sociedade reconheça nele, os lugares que frequenta; a música que ouve, enfim, seu comportamento. É uma linguagem que — como em qualquer outra sociedade — aloca-o em uma posição sociocultural.¹³¹

Enquanto um sistema em que se articulam os princípios organizadores da vida moderna, a moda contribui para redefinir as identidades sociais ao dar constantemente novos sentidos às roupas e aos adornos. Seus discursos colaboram para forjar distinções e limites sociais, entender sua relação com a cultura do consumo, sendo útil, portanto, para manter ou subverter as fronteiras simbólicas.¹³² Desse modo, seu fascínio reside na sua capacidade de redesenhar as tensões entre as identidades sociais e de as incorporar em novos estilos.

A roupa fala a todo momento, seja por meio de um detalhe, seja por meio de sua cor ou da composição entre tecidos e adornos. Trata-se de uma linguagem muda que está intrinsecamente ligada a uma identificação social do indivíduo. Fundamental ressaltar o poder de comunicação que tal característica põe à moda, uma vez que indica o quê, onde,

¹³¹ Patrícia SANT’ANNA, 2009, p. 50.

¹³² Diane CRANE, 2006.

quem e como a pessoa vestida coloca-se à frente da sociedade e de si mesma.¹³³ Dentro das possibilidades de comunicação humana, a moda pode ser compreendida como a expressão de um conteúdo e, dessa forma, ela pode ser lida como um texto, que, por sua vez, carrega um discurso, sendo que “o corpo, da mesma maneira, também é a expressão de um conteúdo, isto é, um texto que veicula um discurso. Juntos, moda e corpo formam a unicidade textual que sustenta um conteúdo ou, como se disse, um determinado discurso.”¹³⁴ Nesse sentido, as roupas, quando inseridas em uma determinada sociedade, se manifestam como forma de expressão, articulando diferentes tipos de discursos e elaborando novos sentidos do ser/parecer a cada transformação operada pela moda.

A moda, enfim, é regrada por continuas operações de transformação do parecer do corpo sobre o ser. Essa prática do saber/fazer, de reorganizar o corpo segundo concepções culturais, faz parte de um contrato implícito do grupo social que aceita as regras de estruturas básicas referentes à forma do vestir-se e adornar-se, o que as torna elementos presentes na linguagem das roupas.¹³⁵

A moda está diretamente ligada ao gosto e, portanto, a uma imposição do grupo, dependendo de um sentimento especial de aprovação coletiva, visto que é um fenômeno organizado, disciplinado e sancionado, um culto ao presente.¹³⁶ A afirmação do presente é pautada na renovação do passado, e, sendo assim, não seria possível afirmar que a moda é contrária ao passado ou mesmo aos costumes e tradições. Constantemente, ela busca no passado e nas tradições elementos que a auxiliam em uma ressignificação do presente. A transitoriedade, a efemeridade e a velocidade da moda não são lineares e menos ainda significam uma ruptura total com o passado. Processam-se de acordo com os ritmos impostos por cada tempo dado, por seus valores culturais, estéticos e mercadológicos. “As reviravoltas da moda dizem-no de maneira ‘diacrônica’ as oposições do mundo, e a cada momento do passado e do presente, de maneira ‘sincrônica’.”¹³⁷

Como um lugar privilegiado do efêmero e do novo, que se reconfigura nas diferentes épocas, a moda se apresenta num movimento cíclico, no qual o moderno e o

¹³³ Patrícia SANT’ANNA, 2009.

¹³⁴ CASTILHO, p. 36 *apud* COPPOLA, 2006, p. 30.

¹³⁵ Kathia CASTILHO, 2002, p. 69.

¹³⁶ Gilda Melo de SOUZA, 1987.

¹³⁷ Fernand BRAUDEL, 1995, p. 290.

arcaico se articulam a todo tempo, conferindo também ao corpo novas ressignificações.¹³⁸ Seu impacto no corpo é indiscutível. As formas que o corpo vai tomando e as maneiras de estar no mundo estão essencialmente ligadas ao vestuário. Como afirma Simmel (2008), “homens vestidos de modo semelhante, comportam-se de modo relativamente semelhante.”¹³⁹ Para ele, a moda é a imitação de um modelo dado que contenta tanto a tendência para a diferenciação quanto a necessidade da distinção. Ela atende o imperativo de apoio social e fornece um modelo universal, fazendo do comportamento do indivíduo um simples exemplo. Desse modo, “a aparência individual nunca sai do universal, antes dele se destaca.”¹⁴⁰

Como marcadora de posição e de identidade social, uma das características mais evidentes da moda é justamente sua capacidade de agregar e distinguir, ao mesmo tempo, os indivíduos e seus respectivos grupos. Tal característica torna-se um tanto quanto fluida se a pensarmos no contexto atual da moda. A sociedade contemporânea apresenta como traço fundamental a fluidez da noção de identidade, em que diversos papéis exercidos na vida social e as incontáveis possibilidades de escolha dos sujeitos fazem ruir as certezas e fragmentam a sociedade. Dessa maneira, fica praticamente inviável pensar uma identidade estável com divisões rígidas de posição social e gosto. A capacidade de unir e de diferenciar da moda atual é reconfigurada. Pode-se então compreender que há uma procura pela identidade, mas não mais pela universalidade. Ela não mais consiste na adesão fiel da última moda, mas reside na independência de criação de uma imagem personalizada, o que não significa desligada das tendências em voga.¹⁴¹

Em contraponto, a moda do início do século XX era dotada de limites e personalidades mais fixas, constituída de um padrão bem definido de construção das aparências, adotado e seguido por todos. Era produtora e produto das divisões sociais e, portanto, assumia um caráter mais abrangente ou universalista na definição de como o indivíduo deveria se apresentar e portar. George Simmel, no início do século XX, assim a definiu:

¹³⁸ Luciana Bicalho da CUNHA, 2008.

¹³⁹ Georg SIMMEL, 2008, p. 30.

¹⁴⁰ *Ibidem*, p. 29.

¹⁴¹ Daniela CALANCA, 2008.

As condições vitais da moda como uma manifestação constante na história de nossa espécie podem assim descrever-se. Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. E este último aspecto consegue-o, por um lado, pela mudança dos conteúdos, que marca individualmente a moda de hoje em face da de ontem e da de amanhã, consegue-o ainda de modo mais enérgico, já que as modas são sempre modas de classe, porque as modas da classe superior se distinguem das da inferior e são abandonadas no instante em que esta última delas se começa a apropriar. Por isso, a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário.¹⁴²

Para o autor, a moda é um produto da divisão de classes, cuja função é formar um círculo social e isolá-lo dos outros. A moda recente, ou seja, aquela que está em voga, compete às elites. No momento em que a população em geral começa a apropriar-se desta moda, ultrapassando os limites estabelecidos pelas camadas superiores ao igualar-se a elas, a moda se remodela diferenciando novamente os “produtores” das tendências dos “imitadores”. A imitação, segundo o autor, é o princípio configurador da moda, pois liberta o indivíduo da dor da escolha e conforma-o como um produto do coletivo, como um forante de conteúdos sociais. A necessidade de igualar-se ou de imitar é a válvula propulsora da vontade de diferenciar-se e, assim, o ser e o parecer social configuram-se como um campo de batalha em que a tensão criada pelos dois extremos determina os caminhos da moda. O sistema da moda é feito de contrários, mas não de contradições. Agregar e distinguir, libertar e escravizar, negar o passado e reconfigurá-lo, eternizar e transformar, todas essas ações se interagem, proporcionando, numa certa unidade, toda a heterogeneidade de sua ordem.

Em suma, o encanto peculiarmente picante e estimulante da moda reside no contraste entre a sua difusão ampla, que tudo abarca, e a sua transitoriedade brusca e radical, o direito à infidelidade para com ela. Reside tanto na estreiteza com que ela fecha um círculo determinado e cuja afinidade mostra quer a sua causa quer o seu efeito – como na decisão com que ela o atira contra outros círculos. Reside, por fim, tanto no ser-sustentada por um círculo social, que impõe aos seus elementos uma imitação recíproca e assim alivia o indivíduo de toda a

¹⁴² George SIMMEL, 2008, p. 24.

responsabilidade – ética e estética -, como na possibilidade de produzir, agora porém dentro destes limites, um matiz original, quer mediante a intensificação quer até pela recusa dos elementos da moda. A moda revela-se, pois, apenas como uma invenção singular e deveras particularizada entre muitas outras em que a conveniência social objectivou, com igual legitimidade, as correntes antagônicas da vida.¹⁴³

As revistas também se preocuparam em apresentar suas próprias idéias de moda. Com discursos geralmente voltados para as relações roupa x pudor, assim como moda x tradição, opiniões por vezes contrárias eram expressas em forma de crônicas, de textos sobre as últimas tendências da moda e de frases de efeito. Em qualquer forma, o entendimento de que a moda influencia fortemente a maneira de viver a cidade está impregnado em todos os discursos, independente de creditarem valores positivos ou negativos a essa influência.

A moda, porém, é um fato social que existe tanto neste sentido restrito, quanto em qualquer manifestação da vida exterior. (...) Por isso não erramos se dermos o seguinte conceito da moda: (...) constitui o modo atual de ser, de viver, de trajar-se, de falar ou pensar de uma grande maioria de pessoas. (...) Toda nova moda, a principio, encontra muita oposição. (...) Uns aceitam-na com todos os exageros; outros, mais moderada. Mas o certo é que, se a gente não quiser passar por passadista, ou <jéca> como dizem, tem que entrar na nova moda.¹⁴⁴

Numa sociedade reconhecida pelo seu apego à tradição e à moral, intimamente ligadas à dimensão religiosa, a moda passava por um processo complexo de aceitação e pela apropriação dos seus novos modelos. Ao mesmo tempo em que era preciso seguir a moda, era também necessário tomar cuidado com os seus exageros. A diminuição do comprimento das saias, e até a exclusão das mangas de blusas e vestidos, ou seja, a exibição de partes do corpo até então escondidas pela moral e pelo pudor, eram motivos de debate junto à população belorizontina.

O embate entre moda e moral se faz presente há muito tempo na história da humanidade. Já nos finais do século XIII, discursos moralistas contra o uso de determinadas vestimentas são amplamente difundidos na Europa. Na Itália, manuais de pregação advertem jovens e mulheres por seus comportamentos condenáveis ligados ao

¹⁴³ George SIMMEL, 2008, p. 57.

¹⁴⁴ Revista *Rex*, ano X, n. 9-10, 1943, p. 13.

luxo e à orgia de roupas. Por ambos seguirem as modas consideradas indecentes e por participarem das festas e bailes, são considerados pecadores para os quais todas as pregações e discursos moralistas, orientados pelas posições do limitar, do moderar e do governar, são dirigidos.¹⁴⁵

A linguagem estética da moda e sua inconstância tornam-se hostis a uma doutrina religiosa que se pretende organizadora e educadora da existência humana. A constante mudança nos modos de vestir-se, ora cobrindo os joelhos e revelando os ombros, ora cobrindo o pescoço e revelando as pernas, vai de encontro à formação de um indivíduo virtuoso, seguidor dos bons costumes pretendidos pela religião. Na luta entre o certo e o errado na questão do trajar, os pressupostos religiosos muitas vezes se dão por vencidos. O desejo de destacar-se pela aparência e a curiosidade pela novidade acabam por desviar a atenção de homens e mulheres dos ensinamentos dogmáticos. Nesse sentido, uma vertente conciliadora da Igreja começa a circular, estabelecendo um meio termo entre as exigências morais e o apelo social. A revista *Rex*, órgão do Colégio Sagrado Coração de Jesus, publicou um artigo denominado “Modas”, que se inicia com um diálogo entre uma jovem que segue a moda fielmente e outra que a acompanha com moderação.

- Mas o que é isso? Que vestido feio você arranjou, Nair? Parece do tempo de Eva.

- Não vejo nada de errado em meu vestido para ele ser da antiguidade; pelo contrário, o seu dá um aspecto de roupas dos bárbaros que não sabiam o que é pudor.

- Como? Você, porque é Filha de Maria, pensa que tudo é falta de pudor. Só por que o meu vestido é curto? Não tem manga? É decotado? Ora! A moda de hoje exige isso. Não posso deixar de acompanhá-la.

- Mas, Anita, você pensa errado. Por eu ser Filha de Maria, não devo recorrer as roupas da Antiguidade, como você disse. Mas, acompanho a moda, visto-me segundo a moda, sem dar escândalo. Por meus vestidos serem de meia manga, e chegar até os joelhos, não quer dizer que eu esteja fora da moda.

Assim prossegue o texto:

Assim são as mocinhas de hoje. Levam horas para se arranjar. Fazem outras unhas, outros rostos, outros cabelos, outros olhos, outro nariz, outra boca, enfim, não são aqueles que, há pouco, estavam em casa. Que uma

¹⁴⁵ Daniela CALANCA, 2008.

moça siga a moda, é razoável. E toda moça deve andar segundo a moda, para não servir de motivo de crítica aos olhos daqueles que só vivem para criticar. Mas, seguir a moda sem exagero.¹⁴⁶

Dessa forma, o discurso religioso aponta uma mediação. O que é extravagante e excessivo continua sendo mal visto, e o que é razoável passa a ser aceito. Submeter-se, portanto, aos hábitos do seu tempo tornou-se uma forma inerente de ser e estar no ambiente social, principalmente no que diz respeito às roupas. Importante espaço de sociabilidade da família mineira, a Igreja de alguma forma precisou acolher os artifícios da moda, assim como também definiu as regras de um modo de parecer moderado.

A luta por espaço entre a renovação estética e comportamental proposta pela moda e a manutenção de valores morais e religiosos ligados à tradição mineira resultavam em apropriações diversas pelos grupos sociais. Se a elite, principalmente as mulheres, se mostrava mais propensa a seguir a moda, os grupos religiosos já se resguardavam, e a população mais pobre pouco contato tinha com ela. As revistas, nesse mesmo movimento, publicavam uma chuva de imagens da moda na intenção de que os indivíduos incorporassem esses novos modelos de roupa e corpo.

Desses novos modelos, aqueles relacionados ao esporte ganharam destaque no mundo da moda a partir do ano de 1929, em Belo Horizonte. E são neles que iremos nos deter agora.

¹⁴⁶ Revista *Rex*, ano XI, n. 10-11, 1944.



Figura 26 – Modas
Revista Novidades, ano VI, n. 74-75, 1944.

Costume de gala: a saia, ajustada e drapeada, é de crepe chumbo, bipartida na frente em abas irregulares. Espartilho de cetim, seguro nos ombros com collar e borda drapejada de crepe.

Em duas peças: Algodão medronho. A blasé tem uma linha de fecho ao centro, apertada na cintura com leve abertura lateral e com botões de couro que fecham a gola.

Agasalho: Sugestiva medida em pesada lã, com adornos do mesmo tom.

Esportivo: Em algodão branco, com gola larga, com franjas e saia drapejada. Corpete abotoado nas costas.

Veludo preto: traje de jantar, permitindo mudanças nos enfeites.

4.1 – Dos primeiros modelos e sentidos

O rico conjunto de textos, técnicas e imagens faz das revistas uma fonte privilegiada do imaginário coletivo de uma época. Elas fazem circular representações das práticas, das idéias e dos costumes da sociedade a que se destina. A partir do século XIX, as revistas se tornaram moda e, sobretudo, passam a ditar a moda. Os avanços das técnicas gráficas e do alto custo dos livros ajudaram as revistas a se imporem no mercado e no gosto popular, condensando em uma só publicação variadas informações, entremeadas de imagens, de custo relativamente baixo, que se prestava a divulgar as inovações dos novos tempos.¹⁴⁷ Como expressão dos novos ritmos da vida moderna, as revistas não podiam deixar de propalar as novidades em modelos de roupas e adornos dados pela moda.

As revistas eram o canal por excelência da disseminação dos múltiplos papéis e funções demandados pela vida moderna. Elas traduzem formas concretas de convívio social em relação ao moderno, estruturando uma comunicação com base em uma tática de observação direta ao público leitor, ao buscar maior envolvimento e cumplicidade com ele.¹⁴⁸ Percebendo a centralidade das revistas na vida cultural, editores, comerciantes e jornalistas empenham-se em por em circulação expressões desse perfil cambiante do moderno, no qual a moda adentra com sua multiplicidade de formas e sentidos. Desde seus primeiros editoriais, a imprensa da capital mineira veicula discursos a respeito da moda. Ora por textos imagéticos, ora por textos escritos, ora criticando, ora elogiando, a moda era sempre tematizada nos diferentes segmentos temáticos das revistas. Os discursos das revistas visavam à sedução dos leitores por meio de códigos e de receitas de bom comportamento e de boas maneiras inerentes ao ser moderno. Era um movimento de produção de novos signos capazes de educar e de modernizar os corpos por meio dos variados modelos, cores e tecidos.¹⁴⁹

Da mesma maneira, elas também estimulavam a prática das atividades esportivas e corporais, colaborando para a incorporação do novo estilo de vida estimulado pela saúde e pela beleza. A necessidade da prática dos esportes passa pela necessidade de se usar roupas apropriadas a esse fim. E vai além, exigindo também roupas apropriadas para assistir aos

¹⁴⁷ Ana Luiza MARTINS, 2001.

¹⁴⁸ Mônica Pimenta VELLOSO, 2010.

¹⁴⁹ Luciana Bicalho da CUNHA, 2008.

eventos esportivos. Quer como prática, quer como divertimento, os esportes se enraizaram no ideal de uma sociedade moderna e civilizada e, para que esse ideal fosse atingido, era preciso deles fazer parte. Nesse processo, a cidade passa a ser adjetivada pelo esporte, como se para ela fossem transferidos os códigos que permeiam e dão credibilidade a esta atividade tão sedutora e cativante.

“Bello Horizonte” esportiva.

O bellorizontino, esportivo por excellencia, vibra sempre com as boas partidas de football. Podemos, sem receio de exaggero, qualificar os habitantes desta terra como os maiores admiradores do esporte bretão.¹⁵⁰

Sou Belo-Horizonte tal qual é. Moça, moderna e esportiva. Levo meu oxigênio a todos os lares e a todos os salões elegantes. Brinco nas avenidas batidas de sol e surpreendo vocês com os seus sorrisos.¹⁵¹

Em meio a esse entusiasmo causado pelo esporte ou pelos discursos a favor do esporte desde os primeiros anos da capital, a moda esportiva, em qualquer de suas vertentes, foi lentamente tomando visibilidade nesse campo. Se, a princípio, as roupas usadas nas práticas esportivas eram adaptações das roupas do cotidiano, em sua maioria de fabricação própria, aos poucos os trajes confeccionados especificamente para as atividades corporais vão ganhando espaço nas mídias e nos guarda roupas de homens e de mulheres que praticam e assistem aos esportes. Na documentação consultada, uma das primeiras prescrições de modelos destinados a esses momentos nas revistas da capital apareceu no ano de 1929, apresentando uma imagem com três exemplos de roupas para o tênis e para o golfe, seguida de sua descrição.

¹⁵⁰ Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 1, 1933, p. 16.

¹⁵¹ Revista *A cidade*, ano I, n. 1, 1931.



Figura 27 – Últimas novidades em modas
Revista *Ilustração Mineira*, ano I, n. 2-3, 1929

Atravessamos uma época na qual a espectadora de certamens sportivos deve preocupar-se mais com o seu trajo, pois quase tanto para ella como para os sportmen se voltam os olhos da multidão elegante. O primeiro desses modelos é Katherina Mc-Morrow quem nos apresenta. É de <pique> de seda <chartrense>, próprio para tennis, tendo a blusa muito

folgada e sem mangas. O largo decote se estende até o meio das costas. A saia compõe-se de uma pata estreita presa a uma ampla saia pregueada. Helen Holmes, ao centro, dá-nos o segundo modelo. É em velludo <impreme> marron dourado com pastilhas amarellas. A blusa é de crepe da china amarello com gravata de velludo. O casaco acompanha todo o talhe até a barra a saia. Não menos interessante afigura-nos o costume de Elsa Corern. É um <ensemblê> de <kasha> fino, branco e verde. O vestido de dentro é todo branco, tendo a blusa lisa com gollinha de sport. A saia forma na frente ligeiras pregas batidas. O casaco é bastante comprido e estampado em verde <jade>, tendo a frente e os punhos barrados do <kasha> branco. É próprio para o golf. O chapéo é um <bangkok> verde escuro com fita tricolor – verde, preta e branca.¹⁵²

Ao indicar essa imagem como marco importante da moda esportiva em Belo Horizonte, não estamos negando a existência dela em anos anteriores, mas, sim, apontando um momento representativo da sua presença nas páginas revisteiras que afetará, conseqüentemente, a circularidade e os usos dessa nova maneira de se ver e compreender os trajes esportivos. É fundamental destacar que prescrições como esta eram direcionadas ou, pelo menos, só podiam ser acessadas pela população mais economicamente favorecida. A produção dessas peças era restrita e de alto custo, tanto pelos seus delicados cortes, quanto pelos tipos de tecidos utilizados. De certo modo, este não é um fato espantoso, uma vez que os esportes, salvo poucas exceções, ainda se configuravam como práticas da elite, representantes de uma civilidade e modernidade a que poucos tinham acesso. Ainda assim, a representação de um modelo de roupa esportiva divulgada pelas revistas era capaz de atingir ou de ser vista pela população em geral, até mesmo as iletradas, quando se trata da difusão de imagens. Nesse sentido, as formas e os sentidos da moda esportiva em voga podem não fazer parte da cultura vestimentar de parte dos moradores da capital mineira, mas muito provavelmente habitam o imaginário da maioria.

A imagem e o texto citados anteriormente carregam em si códigos que passam a sustentar as roupas esportivas de uma maneira geral; eles vão da elegância à funcionalidade, da beleza ao conforto, da moda à técnica, da distinção de gênero à de classe social. Características essas que, por vezes, sofrem embates pelo que vai predominar, pelo que se mostra mais importante parecer.

¹⁵² Revista *Ilustração Mineira*, ano I, n. 2-3, 1929, s/p.

A confecção dos modelos britânicos de trajes esportivos no início do século XX revela uma concepção mais racional, ligada à funcionalidade que eles podem operar durante os exercícios. As instituições superiores de ensino, por exemplo, adotaram programas de exercícios e roupas apropriadas para a prática esportiva, constituídas por uma saia-calça na altura dos joelhos ou túnica cintada na altura do joelho com calças por baixo. Na França, ao contrário, a produção das roupas especializadas era impregnada pelas idéias de elegância e beleza.¹⁵³ Em revistas francesas de circulação, as mulheres eram alertadas de que, ao realizar exercícios físicos, provocariam menos críticas caso se vestissem de maneira mais elegante e sem perder a feminilidade, dentro dos ditames da moda.¹⁵⁴ Tal fato reflete as concepções de esporte, e até mesmo de sociedade, que cada um desses países construiu. Se, para os ingleses, as roupas deveriam ir ao encontro da liberdade de movimento que o esporte pressupõe a fim de potencializá-lo, para os franceses, isso não bastava: a valorização da aparência também era fundamental. As revistas da capital mineira tomaram como exemplo o modelo francês, destacando a importância da elegância nas roupas esportivas. Tal influência não se restringe ao âmbito dos trajes esportivos. Anteriormente a tais prescrições, a moda divulgada pelos periódicos possuía grande referência na moda parisiense, com a publicação de fotografias de modelos franceses e a descrição dos mesmos, sobretudo por meio de palavras e de expressões em francês.¹⁵⁵ A importância dada ao parecer ditada pela moda francesa, há muito disseminada e incorporada nas terras mineiras, não poderia deixar de guiar também os trajes pensados para a prática esportiva.

O esporte, enquanto um dos elementos essenciais da vida moderna, está intimamente ligado às questões estéticas e comportamentais. A sua prática não pode perder de vista códigos sociais que permeiam a identidade de ambos os gêneros. Se, para todos, a elegância dos movimentos, dos gestos e das roupas é necessária, outras características devem fundamentar a forma de ser e parecer de cada um, como a feminilidade, para elas, e a sobriedade, para eles. Com o crescente estímulo para que as mulheres se insiram no novo estilo de vida ativa, elas assumem um duplo papel de cuidados do lar (ou trabalho) e dos

¹⁵³ Sandrine JAMAIN-SAMSON; Thierry TERRET, 2009.

¹⁵⁴ Diana CRANE, 2006.

¹⁵⁵ A França torna-se referência em moda para a Europa já a partir do século XVII. Ao longo dos anos, vai ampliando sua influência em termos vestimentais para o mundo, incluindo os países das Américas. Segundo Lipovetsky (1989, p. 73-74), “a partir do século XVII, a França se impôs cada vez mais como farol da moda na Europa, e a prática das ‘bonecas de moda’, essas primeiras embaixatrizes de moda, que se torna corrente no século XVII, revela ao mesmo tempo a tendência à unificação do traje europeu e o pólo atrativo de Paris.”

cuidados com a beleza, associando elegância e beleza às práticas corporais.¹⁵⁶ As suas vestes destinadas ao esporte refletem esse embate entre a necessidade de estar, ou parecer, sempre bela e a necessidade de maior liberdade de movimentos. As vestimentas masculinas, ainda que moldadas por uma simplicidade peculiar, apresentam nuances e sutilezas que determinam suas expressivas variantes, da funcionalidade à austeridade dadas pelo corte e pelas cores.

Se a indumentária deve acompanhar (*sic*) a evolução do tempo e as necessidades de ordem social é evidente que o bom gosto e o critério do homem se revelam nas côres de suas vestes e na adaptação destas ao momento que passa. (...) A audácia – sempre temperada de descrição – na escolha das côres, na organização do conjunto é um requinte do gosto moderno, de muito bom tom, enquanto não ultrapasse os limites da extravagância.¹⁵⁷

Ainda que o olhar da moda se encontrasse prioritariamente dirigido às mulheres, os homens também tinham seu espaço, ainda que pequeno. Segundo Anne Hollander (1996), os homens não abandonaram a moda, mas optaram por participar de um esquema diferente. As roupas masculinas de alfaiataria têm mostrado uma impressionante variação desde 1800, tão criativa quanto às das mulheres. Os componentes da roupa masculina variam em forma, textura e comportamento; os paletós têm sido curtos e largos, justos e compridos, e as calças têm sido estreitas e duras, largas e leves. As mudanças dos trajes masculinos surgem de maneira consistente, porém são ofuscadas pelas extravagâncias da moda feminina.

Mesmo no meio esportivo, em que eles constituíam a maioria dos praticantes, a moda se direcionava mais para as mulheres.¹⁵⁸ Segundo Diana Crane (2006), até o século XX, os esportes e as atividades físicas como parte do divertimento feminino eram reservados quase exclusivamente às elites, e as roupas utilizadas para tais práticas corporais dependiam, em grande parte, da natureza do espaço público em que o faziam. Quando eram praticados em clubes sociais, geralmente exigia-se que os trajes esportivos estivessem em conformidade com os padrões de vestuário da época, ou seja, os códigos que permeiavam

¹⁵⁶ Georges VIGARELLO, 2006.

¹⁵⁷ Revista *Alterosa*, ano II, n. 8, 1940.

¹⁵⁸ Segundo Simmel (2008), esse fenômeno de predominância feminina da moda está relacionado à débil posição social a que as mulheres estiveram condenadas durante a maior parte da história, provocando nelas uma íntima relação com tudo aquilo que é “costume”, com o “que fica bem”. A moda seria também a válvula de escape em que as mulheres podiam se distinguir e realçar sua individualidade quando tal situação lhes era negada em outras áreas.

as roupas de passeio deveriam estar presentes também nas destinadas ao esporte. Afinal, praticar tênis ou patinação era uma atividade social tão importante quanto a ida ao cinema. Já no campo ou em instituições fechadas, havia maior probabilidade que os trajes esportivos femininos incorporassem itens masculinos. As regras que regiam o uso do vestuário no espaço público dependiam, portanto, do local, do gênero e da posição social. Se, nas ruas, havia uma maior restrição dos trajes, a moda nos espaços de práticas corporais embaralhava as fronteiras simbólicas, ao adotar trajes não permitidos nos demais espaços. Na França dos fins do século XIX, a orientação dos trajes esportivos, ainda que versasse mais para a elegância do que para a funcionalidade, era de diferenciar sua produção claramente pelo gênero e pela condição social do cliente.¹⁵⁹ Essa produção e essa diferenciação das roupas esportivas estão diretamente ligadas à delimitação das práticas permitidas e incentivadas para as mulheres, o que, conseqüentemente, limita e qualifica os modelos por elas utilizados.

Portadoras de valores e de normas sociais, as roupas possuem um lugar importante na diferenciação dos sexos, ou dos gêneros. Para Christine Bard¹⁶⁰, a definição do gênero pelo vestuário é um traço cultural fundamental, uma vez que ele atribui a cada um o seu lugar nas manifestações sociais da vida. Isso significa que homens e mulheres, ou, melhor, masculinidades e a feminilidades são definidas e reconhecidas não apenas por suas características biológicas como também por seus traços culturais, dentre eles a roupa.

As estruturas das roupas masculinas e femininas nem sempre foram as mesmas e tampouco eram regidas pelos mesmos códigos que vemos atualmente. A história do vestuário nos mostra como os trajes de homens e de mulheres foram se modificando de acordo com os valores e com os ritmos de cada época e sociedade. A incorporação de novos itens das peças de vestuário assim como a exclusão de outros eram determinadas pelas aspirações da moda de sua época e, portanto, não tinham um ciclo de tempo determinado nem uma linearidade. Se dada sociedade admitia o uso de certos modelos de vestidos para as mulheres, não significa, necessariamente, que tais modelos serão dali para a frente sempre aceitos por elas. Assim como não significa que, passada a sua moda, eles serão banidos eternamente do guarda-roupa feminino. A transitoriedade da moda implica

¹⁵⁹ Sandrine JAMAIN-SAMSON; Thierry TERRET, 2009.

¹⁶⁰ Apud JAMAIN, 2005.

não na perpetuação nem no esquecimento por completo das suas tendências; ao contrário, a sua inovação e sedução em muito se baseiam nas releituras de si própria. “Na continuidade da moda, a forma deve evoluir a partir de um modelo anterior, opondo-se a ele, distorcendo-o ou confirmando-o. Qualquer que seja a forma dada, mais tarde lhe será dado um significado que combine com a mentalidade atual.”¹⁶¹ Dessa forma, cada época e cada sociedade elegem, para cada gênero, suas roupas.

Significados são inconstantes. A roupa da moda é desejada efêmera e passageira. Guarda-roupas abarrotados de peças, sapatos e acessórios que só sairão de suas casas-gavetas poucas vezes para sustentar o estilo fashion de determinada estação, são reflexos deste poder voraz e incessante denominado tendência. Porém, as roupas perdem glamour e são esquecidas, declaradas cafonas, morrem nos cantos destes mesmos armários. E renascem, como os ciclos de estilos que voltam e revisitam sociedades. Ditas “retrôs”, tais peças voltam ao status das passarelas e corredores de shoppings. Atualmente, brechós são a última moda. Mesmo assim, modas ainda deverão ser transitórias para as vitrines e quem as faz.¹⁶²

Na primeira metade do século XX, pode-se dizer que o vestuário masculino ostentava virilidade e simplicidade, e o feminino, delicadeza e feminilidade. Da mesma forma, homens e mulheres assim deveriam ser, estar e parecer. As roupas esportivas de meados do século XX eram também guiadas pelos princípios vestimentares impostos para os momentos de sociabilidade. Porém, havia outro princípio que norteava sua produção e seu uso: a idéia de *performance* ou de liberdade dos movimentos. A presença da idéia de *performance*, principalmente no que diz respeito ao vestuário feminino, oportunizou uma transgressão, ainda que pequena e aceita, nos padrões dos trajes para homens e mulheres. Nos momentos de prática esportiva, era permitido a ambos uma maior exibição dos contornos do corpo por meio de trajes menores e mais simples. Trajes com tais características ainda eram “proibidos” fora dos limites dos clubes. Porém, no caso das mulheres, há uma mudança ainda maior: a incorporação de um item do vestuário masculino, os *shorts*. A apreciação das “transgressões” da roupa esportiva em relação aos códigos vestimentares da época permite vislumbrar os sentidos ordenadores da sua produção e do seu uso. Elas consagram, em um mesmo modelo, questões morais e culturais

¹⁶¹ Anne HOLLANDER, 1996, p. 41-42.

¹⁶² Gabriella COPPOLA, 2006, p. 35-36.

do vestir, relativas às “permissões e proibições” morais da exibição do corpo, aos aspectos socioeconômicos, ligados à identificação da posição social, e, por fim, às questões ligadas ao aspecto técnico, que diz respeito à funcionalidade da roupa.¹⁶³

As roupas surgem assim como o barômetro, o testemunho privilegiado de referências entre os sexos, daquilo que poderíamos chamar de expressão de gênero. Abordar a questão da roupa esportiva das mulheres recoloca a possibilidade de se interrogar sobre as relações complexas entre mulheres e esporte e, mais genericamente, suscita a questão de gênero e de esporte. [...] Inscrevendo-se em uma lógica de performance tal qual a dos homens, a maioria das esportistas não respondem às prescrições vestimentares que lhes são dirigidas. Por vezes masculinas e, portanto em transgressão com o gênero feminino, por vezes esportivas, essas mulheres são sistematicamente submetidas e confrontadas a dois tipos de modelos: aquele que define regras de gênero e aquele da performance. Assim, as roupas esportivas brincam com as prescrições de gênero de um lado e uma lógica esportiva de outro. Aquilo que permite mostrar que o modelo de performance se exprime, sobre o plano vestimentar, de maneira diferente segundo a definição de feminilidade do momento.¹⁶⁴

As roupas destinadas aos esportes vão se tornando uma necessidade ao longo do século XX. Como medida higiênica, estética e performática, os usos dos trajes específicos para as práticas corporais são parte de uma nova sensibilidade, de uma nova maneira de educação dos corpos regida por novos hábitos e padrões que, lentamente, foram sendo incorporados pela sociedade.¹⁶⁵ As roupas de passeio que, a princípio, foram sendo adaptadas para as práticas esportivas vão se especializando e ganham formas, cores e volumes que comportam outras funções e aspiram a outros sentidos. A liberdade, a técnica e o conforto passam a ser parâmetros para a fabricação desses trajes, o que não significa que a elegância, a beleza e a sofisticação da aparência deixam de existir. Oscilando entre

¹⁶³ Les vêtements apparaissent donc comme le baromètre, le témoin privilégié des rapports entre les sexes, de ce que l'on pourrait appeler l'expression du genre. Aborder la question du vêtement sportif des femmes revient alors à s'interroger sur les rapports complexes entre femmes et le sport et, plus généralement, soulève la question du genre et du sport. (...) En s'inscrivant dans une logique de performance au même titre que les hommes, la plupart des sportives ne répondent pas aux prescriptions vestimentaires qui leur sont adressées. Tantôt masculines, et donc en transgression avec le genre féminin, tantôt sportives, ces femmes sont systématiquement soumises et confrontées à deux types de modèles: celui définissant les règles du genre et celui de la performance. Ainsi, les vêtements sportifs sont amenés à jongler entre les prescriptions du genre d'un côté et de l'autre une logique sportive. Ce qui permettrait de montrer que le modèle de performance s'exprime, sur le plan vestimentaire, différemment selon la définition de la féminité du moment (JAMAIN, 2005).

¹⁶⁴ Sandrine JAMAIN, 2005, p. 38.

¹⁶⁵ Carmen Lúcia SOARES, 2010.

um e outro, as vestimentas esportivas vão se reconstruindo ao longo do século XX, desenhando novas formas do parecer. Uma maior exibição dos contornos do corpo e da própria pele, principalmente das mulheres, vai sendo composta e aceita para os esportistas. As saias, que antes cobriam toda a perna, passam a ter o comprimento acima dos joelhos, as mangas foram quase abolidas e os trajes de banho já deixam à mostra um pequeno pedaço do abdômen feminino. Essa revolução das aparências provocada pelo esporte extrapola os seus limites, influenciando também a moda das roupas do cotidiano.

4.2 – Da circulação das roupas

No movimento cíclico característico da moda, dão-se também as influências entre a roupa de passeio e a roupa esportiva. Da primeira, construiu-se a segunda; da segunda, reconstruiu-se a primeira. Os esportes não apenas moldaram os trajes especializados, mas, também, contribuíram, de maneira fundamental, para mudar as linhas do vestuário feminino em geral, estabelecendo um novo ideal estético de feminilidade.¹⁶⁶ Com o advento do estilo de vida esportivo, inaugurou-se um novo modelo de corpo, mais forte, mais enérgico, mais esbelto. As roupas acompanharam essa mudança, tornando-se mais leves e confortáveis. A exibição de partes do corpo pelas vestes esportivas, antes inconcebíveis, influenciou até mesmo os modelos mais chiques, com o aumento dos decotes e com a diminuição das saias. Segundo James Laver (1989), essa parece ter sido a história das roupas decotadas nas costas criadas na década de 1930. Possivelmente, tais roupas tiveram relação com os trajes de banho. Com os banhos de sol em voga, a exposição da pele ao sol era tida como saudável, o que, conseqüentemente, acarretou a exposição da pele também pelos vestidos e blusas.

As roupas esportivas passaram a frequentar as ruas já na década de 1930, mesmo que de modo tímido e ainda restrito às classes sociais mais abastadas, mas foi na década de 1940 que obteve maior expressão. Elas não se restringiam mais às quadras e aos gramados e passaram a ser usadas nos passeios pela cidade,

¹⁶⁶ Gilles LIPOVETSKY, 1989.

principalmente aos parques e aos clubes. O chique, então, passa a ser usar as vestimentas esportivas, mas, prioritariamente, saber quando e onde usá-las.

Muita gente tem o conceito errado da beleza e seus fins. Muitas e muitas mulheres pensam que basta cuidar da beleza e das roupas no momento de sair. (...) Toda mulher tem objetos de “toilette”, mas nem toda mulher sabe deles fazer uso. E quantas e quantas não apresentam pela manhã, à tarde, à noite o triste espetáculo de pessoas mal vestidas, pessimamente penteadas. (...) Toilettes leves e claras, de preferência “tailleurs” simples acompanhados de blusas esportivas, ou vestidinhos ligeiros com poucos detalhes devem ser os preferidos para as manhãs na cidade, e o calçado que as acompanha de salto médio ou baixo.¹⁶⁷

Parece haver uma diferença entre aquelas roupas usadas nas práticas corporais e as também chamadas de esportivas, mas destinadas para os passeios, que pode ser percebida pelos instantâneos de jogos e pelas fotografias de atrizes, divulgando os modelos esportivos da moda. Embora ambas se apresentem geralmente soltas, despojadas, leves e com pernas e braços à mostra, essas roupas de passeio denominadas esportivas não parecem estar preocupadas com uma eficácia do movimento, e, sim, com uma potencialização do parecer. A construção das aparências é definida prioritariamente pelo sentido do olhar. Ainda que os demais sentidos adentrem nesse processo, como no toque da pele ou dos tecidos das roupas e os odores do corpo sentidos na aproximação dos sujeitos, é através do olhar que o indivíduo estabelece uma primeira forma de comunicação com seus iguais. Pela visão, julga-se e se é julgado, seduz-se e se é seduzido. Os tempos modernos privilegiaram o sentido da visão, ao valorizar os aspectos da vida social assim como as características individuais que por ele é estabelecido. Justifica-se, dessa maneira, a recorrência, nos discursos da imprensa mineira, da importância de vestir-se bem nos momentos de sociabilidade do urbano, sejam eles nos clubes, nas praças ou nos cinemas. Como proteção da crítica dos outros e potencialização de um modo de parecer desejável, as roupas e, neste caso as esportivas, inserem-se no jogo de sedução e de beleza estabelecido pelo olhar.

As imagens dos corpos revestidos para o esporte e o divertimento, estáticas ou não, adentram-se no processo de educação visual por seu poder de encantar e de se fixar no imaginário dos sujeitos. Para essa função, não havia modelos melhores e mais efetivos que as atrizes norte-americanas, as estrelas. Sem dúvida, o cinema teve grande influência na

¹⁶⁷ Revista de *Minas*, ano I, n. 1, 1946, p. 31.

construção do imaginário coletivo da época. Homens e mulheres de todas as idades ficavam fascinados pelos atores e roteiros de Hollywood. Eles se tornaram modelos de corpo e de comportamento, sendo prontamente copiados em todo o mundo, assim que estreasse um novo filme. O cinema oferece as novas tendências de moda, de maquiagem e de cabelo, reforçando a cultura da beleza. “A moda e o cinema reverberam um tempo, indicam tendências e épocas, classes sociais e consumo.”¹⁶⁸ O papel de disseminador da moda, que antes era predomínio absoluto das revistas de moda de Paris, é dividido com Hollywood.¹⁶⁹

Produto moda, a estrela deve agradar; a beleza, ainda que não seja nem absolutamente necessária nem suficiente, é um de seus atributos principais. Uma beleza que exige encenação, artifício, refabricação estética: os meios mais sofisticados, maquiagem, fotos e ângulos de visão estudados, trajes, cirurgia plástica, massagem, são utilizados para confeccionar a imagem incomparável, a sedução enfeitiçadora das estrelas. (...) A estrela é o feérico da personalidade como a moda é o feérico do parecer; juntas não existem senão em razão da dupla lei de sedução e personalização das aparências.¹⁷⁰

Com o fascínio pela imagem, a rapidez e a facilidade de transmissão da mensagem e com a capacidade de sua abrangência, os filmes se tornam o meio principal de difusão da moda. Mudam-se as estrelas, mudam-se as roupas, mudam-se os corpos. As atrizes estimulam a transitoriedade da moda à medida que seus figurinos, seus corpos e suas expressões modificam de um filme a outro. A novidade transformou-se em regularidade; contraditoriamente, para se permanecer no imaginário, deve-se estar em constante mudança. Este fluxo entre corpo, roupa e personalidade do cinema, disseminado não somente pelas grandes telas, mas também pelas páginas revisteiras, permeia nossa construção a respeito da educação do vestir.¹⁷¹

As revistas de Belo Horizonte publicavam, a todo o momento, fotografias dessas atrizes nos mais variados modelos de roupas esportivas. Dos trajes de banho aos *shorts* e conjuntos, uma série de códigos vestimentais e comportamentais eram postos em

¹⁶⁸ Gabriella COPPOLA, 2006, p. 32.

¹⁶⁹ A França não deixa de ser, no entanto, referência na moda. Ela apenas muda o seu instrumento de disseminação. Chanel, por exemplo, foi convidada a vestir as divas de Samuel Goldwyn tanto no cinema quanto na vida privada, para que as mulheres tenham um motivo a mais para ir ao cinema e ver, além dos filmes, os últimos lançamentos da moda. (MORINI, 2000, *apud* CALANCA, 2008)

¹⁷⁰ Gilles LIPOVETSKY, 1989, p. 214-215.

¹⁷¹ Gabriella COPPOLA, 2006, p. 17.

circulação. Exige-se, principalmente das mulheres, uma nova aparência, pautada pelos cuidados com a beleza, com o corpo e com a roupa.

As estrelas fazem imaginar o corpo maleável, afinado por um trabalho obstinado: “retrato impossível” e, no entanto, próximo, entregue bruscamente pela tela. Imenso sonho estético e social acompanha as deusas: seu passado modesto, o treinamento constante poderiam torná-las mais familiares, mesmo que nunca sejam iguais. Elas têm semelhanças com aquelas que as olham.¹⁷²

Fora das telas, as estrelas são caracterizadas como pessoas comuns, com sentimentos, ações e reações semelhantes a qualquer um. As revistas as apresentam em seus momentos de descanso, realizando alguma prática esportiva ou apenas relaxando nos clubes. Delicadas, femininas e dotadas de uma força interior capaz de lutar pelos seus ideais e se adaptar, interior e exteriormente, às inúmeras exigências da vida social. Como personagens de um filme de suas próprias vidas, elas são apresentadas como modelos de corpo e beleza possíveis de ser alcançados por todos, desde que haja esforço pessoal. Configura-se uma renovação da estética corporal dirigida pela definição de um modelo de corpo a partir da atividade física e realçada pelas estratégias de embelezamento dadas pelas roupas, pelos adornos e pela maquiagem. Por meio da imagem de “uma mulher como qualquer outra”, padrões de comportamento e de corpo e, mais especificamente, de corpo revestido são forjados pela indústria do cinema e da moda e divulgados pela imprensa.

¹⁷² Georges VIGARELLO, 2006, p. 62.



Figura 28 - Cinemas
Revista Montanha, ano II, n. 7, 1936.

LILIAN HARVEY é uma figurinha única no cinema. Brejeira, encantadora e frágil. Boneca animada pelo milagre artístico da expressão. Olhos contando os segredos ingênuos de uma alma sempre em festa. Quem vê Lilian Harvey uma vez, evoluir na tela ao compasso de uma valsa ou na despreocupada alegria da namorada feliz, não a poderá mais esquecer. Ella é a sugestão de rimas delicadas para o lyrismo suave das puras emoções do espírito. Pluma que o vento leva. Ave que risca no espaço a linha invisível dos vãos sem rumo. Tudo

que é sutil e ethereo, harmonioso e bello, se poderá dizer de Lilian Harvey. Mas a loura baillarina é também uma artista que sabe transformar a frivolidade das attitudes em momentos de intenso vigor dramático. No seu rosto se espelha, quando necessário, toda a tragédia interior de uma alma saccudida pela violência das paixões. Humaniza-se sob as leis inflexíveis do sentimento. A deusa do ritmo se transfigura na mulher que soffre. Dansa, canta, ama e se desespera com os mesmos recursos mímicos que a tornaram, no cinema, o delicioso paradoxo do riso e da lagrima animada pela graça feminina.

Os cuidados com o corpo, com a roupa e com a beleza estavam também presentes nos trajes dos espectadores dos eventos esportivos e dos frequentadores dos clubes e parques da cidade. Os parques, e principalmente os clubes, da capital mineira eram locais de sociabilidade importantes da vida urbana até meados do século XX. Considerados como divertimentos modernos, os eventos esportivos, os bailes, o *footing*, dentre outros, reuniam homens e mulheres com o intuito de se divertir, de conhecer, de seduzir, ou seja, de ver e de ser visto. Eram espaços tidos como elegantes e próprios da socialização de uma elite dos tempos modernos.

É assunto de relevo merecedor em nossa revista, os domingos cheios de muita dança e alegria, que o Minas Tênis Clube proporciona a todos os seus sócios. (...) É um prazer aos olhos daqueles que visitam este clube, ver aquela juventude sadia em sua intimidade e espírito de camaradagem congregando-se, como uma só família. (...) Um dos pontos culminantes destas horas dansantes é a freqüência social, composta por elementos da melhor sociedade de Belo Horizonte, resultando daí, num movimento cheio de distinção.¹⁷³

Como participantes de um divertimento moderno, espaço de visibilidade de corpos e comportamentos, essas pessoas deveriam trajar vestes adequadas a um momento de sociabilidade tido como elegante. Para além de ser elegante, o traje deveria também estar em conformidade com o ambiente. Nas primeiras décadas do século XX, tinha-se uma maior formalidade e refinamento das roupas que se usavam para ir assistir aos jogos. Aos homens imprimia-se a formalidade dos paletós, das gravatas e dos chapéus, e as mulheres trajavam vestidos volumosos, cobrindo praticamente todo o corpo, e chapéus elegantes. Trajes semelhantes seriam usados também para ir ao cinema e, mesmo, às missas. Sobretudo a partir da década de 1940, as roupas escolhidas para esses momentos foram

¹⁷³ Revista *Olímpica*, ano I, n. 10, 1944.

simplificadas tanto para ela quanto para ele. A elegância ainda era necessária, mas ela se faria nos trajes de cortes mais simples e mais adequados àquele ambiente.

Leitora, si você gosta de um passeio pelo campo, pelo parque ou pelo seu clube predileto, deve usar um trajo bastante leve. (...) É de linho branco, com enfeites listados, azul e preto (...). Os botões que enfeitam os bolsos, as mangas e a blusa, podem ser azues ou brancos. Assim também a fivela do cinto. As costas são simples, somente na saia, um “macho” com prespontos azues, como na frente. Copie-o, leitora, e verá como êle é gracioso e juvenil.¹⁷⁴

O aspecto arredondado é além disso explorado no modelo “Canadienne” – um exemplo de casaco com o cinto de um dedo de largura, apresentando cavas e mangas do sobretudo, ao qual o cinto apertado da um molde efeito de blusa. Audaciosos “tweeds” cruzados são usados para esse modelo. Entre os vestidos de esporte, no figurino “Spectador Sports” êle constitui um vistoso e confortável “ensemble” para ser usado como variedade de casaco.¹⁷⁵

Era preocupação das revistas indicar modelos apropriados para esses divertimentos, em qualquer estação do ano, em seus sutis detalhes. A moda ligada ao esporte, seja para a prática ou para a assistência, passa a ser associada aos aspectos de leveza e de jovialidade. Dessa forma, as roupas especializadas parecem ter influenciado as roupas dos espectadores, antes tão cheias de cortes e tecidos, e tiveram suas linhas suavizadas e seus volumes diminuídos. A incorporação dos *shorts* femininos nas roupas destinadas aos passeios nos parques e clubes sinaliza tal influência, uma vez que, até então, o uso desses itens para as mulheres se restringia às quadras e aos ginásios.

Essa revolução do parecer, principalmente feminino, se mostrou duplamente influenciada pelo esporte. Com a incorporação do estilo de vida ativa pela população belorizontina de elite, os padrões corporais foram se alterando, da fragilidade para a força, do corpo inativo ao ativo, do corpo gordo ao esbelto. Esse novo corpo, modelado e exibido pelas roupas, teve, a partir do trajes esportivos, uma libertação dos grandes volumes de tecidos e de detalhes que antes encobriam seus contornos. Mais simples, mais curtos e mais leves. Esses são os novos símbolos da beleza e elegância que, junto aos cuidados do corpo e da “saúde”, compuseram ou fabricaram uma nova aparência.

¹⁷⁴ Revista *Leitura*, ano II, n. 8, 1940-1941.

¹⁷⁵ Revista de *Minas*, ano I, n. 1, 1946, pp. 32-33.



FIGURIA BRUCE, encantadora artista da Metro Goldwyn-Mayer, escolhe este "maillot" e "shorts" para seus dias de folga na praia.

Figura 29 – Atriz americana Virginia Bruce
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 2, 1944



Figura 30 – Modelo de vestido de esporte
Revista *Alterosa*, ano I, n. 1, 1939



Figura 31 – Modelos de roupas esportivas
Revista *Alterosa*, ano I, n. 3, 1939



Figura 32 – Modelos de roupas para espectadoras esportivas
Revista *Montanheza*, ano II, n. 26, 1936.

4.3 – Os esportes: suas roupas, seus corpos

Se as roupas especializadas possuem, de uma maneira geral, sentidos que postulam sua fabricação e seu uso durante toda ou qualquer prática corporal, cada esporte vai inserir em seus trajes traços que o identifiquem, que o distingam dos outros. Essas características são dadas tanto pela construção do conjunto, composta pelas cores, tamanhos e cortes, quanto pelo significado que cada prática possui naquela determinada sociedade, como, por exemplo, a classificação dos esportes ditos elegantes ou de elite. Os trajes utilizados para a prática do vôlei feminino e masculino, por exemplo, se diferenciavam em tamanho, forma e cor dos trajes de tênis. Assim como as roupas dos jogadores de futebol apresentam sutis diferenças em relação às dos jogadores de basquete. São essas sutis diferenças, como um plissado da saia ou um botão da camisa, que conferem identidade vestimentar a cada esporte. A codificação das roupas específicas de cada esporte se mantém até os dias atuais, pontuando, claro, as modificações nas formas, nos tecidos e nos sentidos ao longo dos anos.

Atualmente, mesmo um indivíduo que não tem um contato próximo com o mundo do esporte consegue, em grande parte, identificar a imagem de um jogador de tênis ou de basquete apenas pelas suas vestes. Devido as suas características, tal identificação também era possível em meados do século XX. As roupas desenham o corpo de forma que ele possa ser culturalmente visto e o articulam enquanto linguagem, como uma forma que possui significado.¹⁷⁶ Nesse sentido, a individualização das formas dos trajes de cada esporte configura-se como uma maneira de reconhecimento e de visibilidade dos sentidos de cada prática.

As roupas mostram que a forma visual tem capacidade própria de, independente das forças mundanas práticas, satisfazer as pessoas, perpetuar-se e fazer a sua própria vontade longe de referências lingüísticas e alusões tópicas. As formas sobrevivem e são usadas repetidamente em muitas variantes, atribuindo um significado temporário diferente do seu apelo visual permanente. A linguagem das roupas é essencialmente destituída de palavras – foi criada para ser assim, para que possa operar livremente abaixo do nível do pensamento consciente e do discurso.¹⁷⁷

A cor branca era uma predominância na maioria das roupas esportivas, mas a sua presença no tênis é incomparável com os outros esportes. Usada pelos atletas, homens e mulheres, dos diferentes clubes e até mesmo de diferentes países, ela era unanimidade nos uniformes dos tenistas. Como já é sabido, o tênis era considerado um esporte de elite e também uma prática higiênica indicada tanto para homens quanto mulheres que oferece sensações agradáveis aos seus praticantes. Em 1944, foi divulgada uma pequena nota sobre um estudo científico que relacionava a cor das roupas à saúde. De acordo com o pesquisador, roupas claras, como o branco e o azul, eram mais indicadas para pessoas portadoras de lesões nos pulmões, uma vez que elas não impediam a passagem dos raios solares que possuem uma “apreciável ação química bactericida sobre a pele.”¹⁷⁸ Esse fato indica o uso da cor branca como medida higiênica. O tênis parece ter se apropriado desse traço e o transformado em seu símbolo.

No tênis e no vôlei, as saias foram encurtando e até mesmo cedendo espaço para os *shorts*. Ao final da década de 1940, eles já eram a maioria. Essa mudança indica, dentre

¹⁷⁶ LEMOINE-LUCCIONI, 1983, *apud* SILVERMAN, 2002.

¹⁷⁷ Anne HOLLANDER, 1996, p. 25.

¹⁷⁸ Revista *Novidades*, ano VI, n. 76, 1944.

outros aspectos, uma evolução da técnica e uma revolução da mentalidade coletiva. Retirado do vestuário masculino, os *shorts* desenhados para as mulheres apresentavam características singulares a elas. Seu comprimento, seu corte e seu tecido os distinguiam nitidamente dos *shorts* masculinos. De acordo com Aude Mottiaux,

O short revela publicamente uma nova parte do corpo feminino. As pernas são nuas, os movimentos são mais amplos. Traço propriamente masculino, o short é transgressivo. Na atualidade, cavado ao máximo com a finalidade de facilitar a amplitude dos movimentos das pernas, o short se conjuga tanto ao masculino quanto ao feminino, sem nenhuma expectativa de identidade do outro sexo.¹⁷⁹

A maior liberdade e conforto que os *shorts* propiciam na execução do movimento para as mulheres só foi posta em prática quando as “normas sociais” passaram a aceitar uma maior exibição corporal, dada por uma renovação dos cortes e das linhas dos trajes. Tal exibição corporal dada pelos *shorts*, saias mais curtas e blusas sem mangas era permitida, a princípio, apenas dentro dos limites das quadras. Ao ultrapassar esta fronteira, mulheres e homens deveriam se recompor com os trajes de passeio, em que os tecidos cobriam uma parte maior do corpo. Posteriormente, tais modelos passaram a frequentar os espaços de sociabilidade dos parques e dos clubes por meio das caminhadas matinais, dos banhos de sol e dos passeios por suas dependências. Ainda assim, as roupas esportivas ficavam restritas aos momentos de práticas corporais socialmente permitidas em espaços apropriados. A maior aceitação do desnudamento corporal ocorreu também pela influência e pela incorporação dos códigos esportivos no sistema da moda. Os sentidos da moda esportiva ajudaram a redefinir certos parâmetros das roupas de passeio e, com isso, uma nova sensibilidade visual e corpórea vai se delineando. Aceita-se mais facilmente ver e sentir a pele em contato com o ar, descoberta das várias camadas de tecido anteriormente vistas e sentidas. Trata-se de uma via de mão dupla, em que as ressignificações dadas pelo contato entre a moda e o esporte em cada contexto tornam-se constantes, expressivas e inevitáveis.

¹⁷⁹ “Le short dévoile publiquement une nouvelle partie du corps féminin. Les jambes sont nues, les mouvements plus amples. Trait proprement masculin, le short est transgressif. A l’heure actuelle, échancré au maximum afin de faciliter l’amplitude des mouvements de jambes, le short avec slip intègre se conjugue au masculin comme au féminin sans aucune atteinte à l’identité de l’autre sexe.” (Aude MOTTIAUX, 2005, p. 60.)

Uma primeira e superficial análise dos trajes esportivos masculinos, a partir das fotografias, nos levariam a afirmar que suas roupas não pareciam ser uma preocupação para eles. Incluindo as práticas esportivas que até o final da década de 1940 pareciam ser exclusividade deles, como o basquete e o futebol, suas vestimentas não apresentavam maiores mudanças. Com os predominantes *shorts* e camisetas, as diferenciações encontravam-se justamente na necessidade de se distinguir as equipes de cada clube ou região. No entanto, seria errôneo destituir o vestuário esportivo masculino de intencionalidades e sentidos, como se sua produção e uso fossem descomprometidos dos padrões sociais vigentes. Por mais simples e imutáveis que as roupas masculinas pareciam ser, elas portavam códigos que serviam de sustentáculo da imagem social dos homens.

A simplicidade, a funcionalidade e a racionalidade presentes principalmente nas roupas esportivas masculinas, não é um mero descuido ou um relaxamento perante a forma e a estética. Essas características revelam uma pedagogia do corpo fundamentada na postura, na força e na retidão, o que não deixa de ser uma preocupação com a imagem corporal. A moda dos homens em meados do século XX pautava-se em trajes simples, em comparação com os rebuscados ternos dos séculos anteriores, mas elegantes; os ternos se mantiveram, mas seus cortes e tecidos eram mais leves e suaves. “O vestuário precioso da aristocracia, signo da festa e do fausto, foi substituído por um traje que exprime as novas legitimidades sociais: a igualdade, a economia, o esforço.”¹⁸⁰ A simplicidade aliada a uma certa elegância se manteve nas roupas esportivas masculinas. Suas vestimentas se adequam aos contornos e aos movimentos dos corpos. Os esportes exigem uma *performance*, uma superação do corpo biológico frente aos ritmos acelerados e à nova conjuntura dos tempos modernos. As vestimentas esportivas masculinas, ao mesmo tempo em que ofereciam uma proteção à exposição do corpo, reafirmavam a condição de masculinidade e de virilidade. Como modelo de homem moderno, os esportistas trajavam um vestuário que aliava a eficiência da natureza de seu corpo ao seu papel viril e à elegância de seu tempo.

Masculinas ou femininas, as roupas esportivas ganham destaque quando pensadas como identificação de um time, de um clube ou de um esporte. Cada time e cada modalidade esportiva se criam e se identificam no conjunto vestimentar que encobre seu corpo. A padronização, ou uniformização, vai além do reconhecimento dos atletas durante

¹⁸⁰ Gilles LIPOVETSKY, 1996, p. 91.

o jogo; ela estabelece uma relação íntima do indivíduo com o clube ou com o lugar que representa, é um trabalho individual em prol dos objetivos coletivos.

O uniforme esportivo é também uma forma de proteção, tanto física quanto moral. A padronização das roupas de um determinado esporte ou de um clube serve como propósito de uma igualdade entre seus participantes, permitindo que eles se interajam e se reconheçam mais facilmente enquanto um coletivo que luta pelos mesmos objetivos. A camisa torna-se o símbolo do time; trajá-la torna-se a alegoria de seu pertencimento. A roupa esportiva, assim como os demais acessórios utilizados durante a prática corporal, não perde a função primeira da vestimenta, que é a proteção das intempéries do tempo, dos eventos e dos outros. Mais especificamente, ela protege o corpo das situações limites pelas quais ele é obrigado a passar durante as atividades corporais, cobrindo-o de acordo com a moral, com a cultura e com a tecnologia de seu tempo. No futebol, um recurso constantemente empregado para a proteção da cabeça dos jogadores eram as toucas. Na década de 1930, as bolas de futebol eram feitas de couro com uma abertura para a entrada da câmara de ar de borracha. A abertura era comumente lacrada com uma costura de cadarço que poderia machucar o jogador no momento da cabeçada, por isso o uso das toucas.¹⁸¹ No fim da década de 1940, as bolas já não possuíam mais costuras externas e, portanto, as toucas caíram em desuso no futebol brasileiro.

As roupas esportivas compõem uma aparência que é, ao mesmo tempo, individual e coletiva. Individual, pois cada corpo recebe e adapta a roupa de maneira diferente. Coletivo, pois é capaz de identificar, de agregar, de inculcar o sentimento de pertencimento a um grupo. Ainda que o modelo trajado seja similar ou idêntico aos outros, é praticamente impossível que as roupas encubram ou suprimam todas as características individuais.

Ainda que assumam sentidos diferentes em alguns aspectos – e assim foram intencionalmente pensados – os trajes esportivos masculinos e femininos ajudam a compor não somente uma forma de parecer, mas também uma nova postura nas relações humanas e sociais.

¹⁸¹ Informação retirada do site www.quadrodemedalhas.com, acessado no dia 10/06/2011.



Figura 33 – Jogo entre Villa Nova x América
Revista *Montanha*, ano II, n. 9, 1936



Figura 34 – Equipe de basquete do América
Revista *Minas Esportiva*, ano II, n. 13, 1946



Figura 35 – Equipe de futebol do Metalusina
Revista *Minas Esportiva*, ano II, n. 13, 1946



Figura 36 – Equipe de Vôlei Masculino do Minas Tênis Clube – 1939



Figura 37 – Equipe de vôlei feminino do Atlético
Revista *Vida Esportiva*, ano I, n. 2, 1946



Figura 38 – Jogadoras de tênis do Minas Tênis Clube – 1950



Figura 39 – Nadadores do Minas Tênis Clube – 1950

Os trajes de banho foram os que mais se destacaram e se modificaram ao longo do século XX e, junto com eles, novos padrões corporais e comportamentais foram incorporados pela sociedade. O desnudamento do corpo feminino por eles provocado chocou, inovou e seduziu a todos de maneira intensa. Em Belo Horizonte, o deslumbramento ganhou forças a partir da década de 1930, com a construção de piscinas em clubes importantes, como o Atlético e o Minas Tênis, e a massiva publicação de imagens de atrizes norte-americanas e de momentos da elite nessas piscinas em trajes de banho. A natação transforma-se no esporte da moda, e os banhos de sol e de piscina aparecem como o divertimento mais indicado e procurado pelas elites.

Hoje, os “banhos” (de rio) são apenas tradição que passou. Não há mais surras por causa do vêzo de nadar. Nadam os garotos à vista dos pais, nas piscinas elegantes. Não temos mar, não temos praias... Que importa? Não precisamos deles – nos tanques translúcidos, de água levemente clorada, exercitamos os músculos, engolimos distâncias nas viradas velocíssimas, batemos recordes. Por essa Minas inteira, nos ápices das montanhas, como lagos espelhantes, ou mares em miniatura, vão-se abrindo piscinas, que transbordam o dia todo e alegres e atléticos nadadores.¹⁸²

A princípio, exhibir-se em trajes de banho, principalmente para as mulheres, era considerado um ato de falta de decência e de pudor. Os banhos de mar eram feitos com os corpos todos cobertos com camisolas, e homens e mulheres deveriam manter-se separados na praia. A partir do século XIX, o número de frequentadores da praia em trajes de banho aumentou, porém continuaram mantendo seus corpos protegidos do sol por pontos de sombra fixa, como as barracas e as cabanas, e móveis, como luvas, chapéus e véus.¹⁸³ Até os primeiros anos do século XX, os trajes de banho cobriam a maior parte do corpo das mulheres, protegendo-a do sol e dos olhares dos outros. Aos poucos, suas peças vão diminuindo, colando-se ao corpo, com tecidos mais leves e decotes maiores, principalmente nas costas. Suas pernas e seus braços ficam totalmente expostos e, em meados da década de 1940, um pedaço de sua barriga também fica à mostra com a criação do biquíni. Em menos de meio século, os trajes de banho sofrem mudanças radicais, oportunizando novas experiências e sensações corporais dadas pelo contato direto da pele com o sol e com a água.

¹⁸² Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 3, 1944.

¹⁸³ Daniela CALANCA, 2008.

Pode-se afirmar que as roupas varrem do cotidiano determinadas formas, expressões, racionalizando e revelando imagens de excelência física onde a importância do sensível cresce e se cola aos aspectos estéticos e prazerosos que são, paulatinamente, por elas valorizados, pois emolduram as formas corporais de um modo muito mais intenso e contribuem na transformação de valores morais e estéticos em relação às formas corporais. Seria possível dizer que há uma disponibilidade para a tolerância em relação à exibição de um corpo cujas formas são reveladas pela roupa e não escondidas como durante séculos. Sem dúvida que essa tolerância desenha também modelos de formas desejadas e indesejadas, todo um percurso de afirmação de um corpo que deve tomar o lugar de outro, de uma aparência que se vai afirmando como aquela a ser adquirida, conquistada, preservada.¹⁸⁴

¹⁸⁴ Carmen Lúcia SOARES, 2010, p. 91.



Figura 40 – Evolução dos trajes de banho
Revista *Perspectiva*, ano I, n. 1, 1946.

Da moda

Se o "crawling" (talvez o único método de avanço humano que o homem imitando com os pés, o movimento da hélice, aprendeu da máquina, por ele mesmo inventada) já tivesse sido descoberto há precisamente 50 anos, a mulher, seguramente, teria preferido usar para tal fim a cabeça, munida de um instrumentário da moda que não serviria mal no caso mencionado.

O perito da moda feminina da edição de 1896 da revista alemã de que tiramos os desenhos reproduzidos nesse número, descreve com precisão germânica cada detalhe do suntuoso vestido

de banho das quatro banhistas, umas das quais com desdém parece proibir às filhas (em “pose” de atelier) que contemplem a “chocante” moça de 1946, a qual, de sua parte, na posição das duas pernas, na boca ironicamente sorridente e no movimento da mão esquerda, parece responder, silenciosa, mas compreensivelmente.

Quanto a seu vestido de banho, opinamos que mesmo a mais exata das penas descritivas pouco teria a descrever...

Quando a idéia era a exibição das novas formas corporais, o maiô era o traje mais adequado e mais utilizado pelas revistas. Não só pela possibilidade de visualizar melhor os contornos do corpo, mas também pela forma com que ele o modela, enfeita e seduz. Seja na publicidade, seja na capa, seja nas fotografias de moda, o corpo vestido pelo maiô é associado à representação do novo modelo corporal, magro, esguio, atlético, corpo esse conquistado com o esforço das práticas corporais, dos procedimentos de beleza e da aceitação da moda.

Os corpos que se expõem, portanto, revelam outras formas e afirmam, definitivamente, uma cultura física em ascensão em que a valorização das aparências na exibição de corpos em performances variadas, compõe o imaginário das cidades nessas primeiras décadas do século XX. Há uma mobilização corporal extremamente forte nessa cultura urbana em formação, uma cultura que também incorpora a presença feminina nos espaços públicos, embora, muitas vezes, ainda, na função de “enfeitar” eventos, principalmente esportivos.¹⁸⁵

Construídos pelas práticas corporais, os corpos eram moldados e exibidos pelas roupas esportivas. A utilização de roupas especializadas faz parte de uma nova sensibilidade pautada no corpo saudável, esbelto e belo. Afinal, a construção das aparências não se esgota nas roupas; é necessário que o corpo seja remodelado também pelas práticas de saúde e pela beleza, ligadas ao estilo de vida ativo, como os exercícios físicos e os banhos de sol. Dessa forma, as práticas corporais e as roupas se unem para desenhar a imagem do novo homem moderno.

¹⁸⁵ Carmen Lúcia SOARES, 2010, pp. 116-117.

4.4 – Novas conformações do corpo: relações entre beleza, moda e esporte

As modificações no padrão comportamental dos indivíduos dadas pela aceleração dos ritmos dos tempos modernos desenharam um novo quadro de valores da sociedade, pautado numa fluidez, numa leveza e numa dinamicidade dos movimentos corpóreos e sociais. A maneira mais prática e eficaz de se comunicar e de se identificar no meio urbano passa pela maneira como as pessoas se vestem, se comportam, se portam e como são percebidas pelo olhar. Nesse contexto, uma mudança na sensibilidade e nas formas de percepção das sociedades urbanas marcará um tempo fundado na supervalorização do olhar¹⁸⁶ e, conseqüentemente, na construção das aparências, forjada pelos discursos da saúde, da moda e dos métodos de embelezamento.

O conceito de corpo exigido por esta sociedade estava conectado com os sentidos que a permeavam como um todo. A necessidade de modernizar, de vigorar, de higienizar e de capacitar corpos e mentes era também prerrogativa para as estruturas físicas da cidade, como a arquitetura. Os tempos modernos ordenavam às cidades e aos corpos que se reestruturassem fisicamente a fim de suportar as intensidades e as variações do tempo e que se limpassem e se embelezassem a fim de demonstrar o nível de civilização e de modernização almejado. O desejo de uma modernização dos costumes passava, portanto, por uma renovação estética dos corpos. Inseridas neste processo, as práticas corporais não serviriam apenas para redefinir os contornos do corpo, como também contribuiria para o fortalecimento do espírito e da moral dos indivíduos. A idéia difundida era que a prática de esportes e de exercícios físicos conformaria um indivíduo saudável, físico e moralmente, de “nervos controlados, espírito firme, vontade forte”¹⁸⁷, corrigiria as imperfeições da natureza e, conseqüentemente, o faria belo.

O romantismo, felizmente passou da moda. O cânone de beleza não vamos encontrá-lo na palidez macerada nem nas olheiras de insones sonhadores. A beleza assumiu um novo conceito, condizente com o sentido da vida moderna. As linhas aerodinâmicas não agradam somente nos velozes devoradores de milhas. As linhas simples, em que há a

¹⁸⁶ Nicolau SEVCENKO, 2001.

¹⁸⁷ Revista *Minas Tennis*, ano I, n. 1, 1941.

proporcionalidade dos ângulos e das arestas, é um distintivo de beleza moderna.¹⁸⁸

Na longa duração, as representações de beleza e as técnicas utilizadas para a sua conquista diferenciam-se. Cada época elege padrões de beleza a serem sustentados, tanto masculinos quanto femininos, que vão ao encontro da visão de corpo e sociedade que a mesma carrega. Na Idade Média, a cultura clerical temia a beleza feminina como se ela representasse a incorporação do pecado. O neoplatonismo renascentista atribuía a ela um novo valor, em que a beleza exterior era um reflexo da interior. Dessa forma, a beleza deixa de ter um *status* de perigo e torna-se uma qualidade essencial para a posição social e para o rigor moral.¹⁸⁹ Os tempos modernos mantêm a prerrogativa da beleza e fazem dela atributo indispensável para a vida urbana. De acordo com Vigarello (2006),

Dinâmicas temporais deslocam as oposições sociais e culturais, desviam os critérios de beleza, seus efeitos diferenciadores. As lentas mudanças no domínio exercido sobre as mulheres, por exemplo, têm suas correspondências no universo estético: a exigência tradicional de uma beleza sempre “pudica”, virginal, vigiada, impôs-se durante muito tempo antes que se afirmassem as alforrias decisivas repercutidas nas formas e nos perfis, movimentos mais bem aceitos, sorrisos mais expansivos, corpos mais desnudos. A história da beleza, dita de outra maneira, não poderia escapar daquela dos modelos de gênero e de identidades.¹⁹⁰

O ideal de beleza de meados do século XX traz algumas referências do classicismo helênico das formas proporcionais e harmoniosas do corpo humano. Exalta-se um cultivo das formas bem delineadas, eurrítmicas. No entanto, tal modelo de beleza não é natural, deve ser conquistado por meio dos exercícios físicos. Afinal, “a natureza é esquiva e zelosa – não cuidem dos atributos que foram dotados e hão de vê-los lento e lento até desaparecerem entre as protuberâncias e refrangências do corpo disforme.”¹⁹¹ Artigos publicados nas revistas enfatizam a importância da ginástica e dos esportes na definição de um corpo belo, principalmente para as mulheres. Exemplos da rotina e dos métodos de

¹⁸⁸ Revista *Minas Tennis*, ano I, n. 1, 1941.

¹⁸⁹ Daniela CALANCA, 2008.

¹⁹⁰ Georges VIGARELLO, 2006, p. 11.

¹⁹¹ Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 4, 1944.

embelezamento das atrizes americanas, incluídos os exercícios físicos, são recursos discursivos frequentes na imprensa para chamar a atenção das leitoras e inculcar o valor da prática esportiva em seus hábitos. Elas são orientadas a praticar ginástica e determinados esportes, como a natação, a equitação, o remo e a patinação, pois são condizentes com a estrutura física, a elegância e os padrões de beleza que devem possuir. Tais práticas, segundo as revistas, exigem um menor esforço, fortalecem o organismo por completo, “regeneram a saúde, a elegância e a beleza feminina.”¹⁹² Porém, tão fundamental quanto a realização dos exercícios físicos é o modo de fazê-lo. Uma atividade mal feita pode provocar efeitos não desejáveis aos corpos femininos, como, por exemplo, “se fizer exercícios com muita rapidez e aos empurrões dando toda força aos movimentos ativos sem prestar atenção aos lentos e direitos, adquirirá músculos grossos ao invés de compridos e graciosos.”¹⁹³

A prescrição de exercícios físicos era constituinte de uma educação do corpo são, forte e belo, tanto para as mulheres quanto para os homens. No entanto, ao observar a construção das aparências referendadas pela beleza, as prescrições de práticas corporais aliadas a outros métodos de embelezamento eram destinadas prioritariamente às mulheres. As mulheres, desde a mais tenra idade, são educadas a cultivar a beleza, como se esta qualidade fosse, ou devesse ser, intrínseca a elas. Intrínseca não no sentido de natural a toda e qualquer mulher, mas em relação a uma característica que toda mulher deveria possuir ou conquistar.

Para ser mulher é necessario cultivar uma aparencia jovem, é necessario guardar uma silhueta sedutora. A beleza permanece sendo a condição pela qual a mulher pode, a cada época, legitimar sua importância no mundo. Muito cedo, a criança do sexo feminino é constrangida a fazer da beleza a condição indispensável de feminilidade; como se o estatuto da “verdadeira” feminilidade fosse a principal condição, fosse mesmo a única condição para que a mulher tivesse sucesso tanto na vida social quanto na vida amorosa.¹⁹⁴

¹⁹² Revista *Cultura*, ano V, n. 25, 1943.

¹⁹³ Revista *Alterosa*, ano III, n. 20, 1941.

¹⁹⁴ “Pour être femme il faut cultiver une apparence jeune, il faut garder une silhouette séductrice. La beauté reste la condition pour que la femme puisse à chaque époque légitimer son importance dans le monde. Très tôt, l’enfant de sexe féminin est contraint à faire de la beauté la condition indispensable de la féminité; comme si le statut de la “vrai” féminité n’était la principale condition voire la seule possibilité pour que la femme réussisse tant dans la vie sociale que dans l’intimité amoureuse.” (Denise SANT’ANNA, 1994, p. 10.)

As mulheres podem até nascer belas, com atributos socialmente desejáveis, mas para se manterem belas em todas as etapas de suas vidas, é necessário que adotem em sua rotina práticas de embelezamento. A mulher torna-se responsável por sua aparência, ou seja, para ser bela basta apenas seguir os conselhos e as recomendações, principalmente dos médicos, no que diz respeito aos cuidados com a pele e com o rosto, com a saúde e com a forma física. Aliadas aos exercícios físicos, outras práticas complementam a construção da aparência feminina: os cuidados com a pele e com os cabelos e com as roupas e com os acessórios.

Os cuidados com a pele e com os cabelos estão, ao mesmo tempo, associados a questões de cunho higiênico, de saúde e de beleza. Os cabelos, mas a pele principalmente, são suscetíveis de doenças, ou mesmo de defeitos da própria natureza, que precisam ser corrigidos ou curados. Uma maior atenção dada a estas partes do corpo em meados do século XX se dá tanto no sentido de uma higienização dos corpos e costumes, embasada pelo discurso da saúde, quanto por uma preocupação em relação à aparência, afinal o desnudamento corporal provocado pelas roupas esportivas dão maior visibilidade a partes do corpo que antes ficavam escondidas. Como uma das práticas de cuidado com a pele mais incentivada pelas revistas está o banho de sol. Para além de todos os benefícios em relação à saúde que proporcionam, os banhos de sol também se caracterizam como uma prática estética, capaz de influenciar “a textura da pelle, o brilho do olhar, a elasticidade juvenil dos músculos”¹⁹⁵, e moral, pois o fortalecimento do corpo é também o fortalecimento do espírito.

A benéfica prática dos banhos de ar e de luz si bem que em todo o tempo pode realizar-se com notáveis resultados para a saúde, é mais conveniente durante os dias da estação estival, em que nos podemos consagrar ao descanso e à renovação de nossas energias physicas e mentaes. (...) A accção do ar e la luz sobre a pelle produz reacções sobre o systema nervoso, fortificando-o e tonificando-o. Leva a affluência sanguinea para a periphéria, descongessiona os órgãos internos, activa a circulação e a forma equilibrada e regular, beneficia o coração, os pulmões, o fígado, etc, e, em uma palavra, desintoxica o organismo. (...) A pratica desses

¹⁹⁵ Revista *Montanha*, ano II, n. 7, 1936.

banhos prolonga a vida e nos proporciona bem estar physico e moral, gosão e perfeita saude.¹⁹⁶

Havia hora e local preferenciais para a sua realização: pelas manhãs, nas piscinas e nas praias. Recomendava-se que a população fosse à praia e, claro, se referiam às elites, pois os raios do sol impregnados da brisa do oceano eram extremamente benéficos para a beleza da pele e para a saúde, e os banhistas ainda poderiam desfrutar de um ambiente “ponto de rendez-vous elegantes, onde se conversa, se flirta, se faz sport e também... se toma banho.”¹⁹⁷ As recomendações de banho de sol passaram a fazer sentido somente quando as pessoas se permitiram, ou foi permitido a elas, expor sua pele, descobrindo-se dos excessos de tecidos anteriormente utilizados para frequentar as praias. Belo Horizonte não possuía praias, mas as piscinas e os ares das montanhas satisfaziam a necessidade de um espaço de sociabilidade saudável e elegante para os banhos de sol. O estilo de vida ativo e ao ar livre, que os esportes e os banhos ajudaram a construir, requeria outra vestimenta, outro corpo, outro comportamento.

Por mais benéficos que fossem os banhos de sol, alguns cuidados com a pele e com os cabelos eram necessários para que a exposição excessiva aos raios solares não os prejudicassem no lugar de enaltecer sua beleza.

Em primeiro lugar, procurem ter o cabelo coberto e usem um “shampoo” a base de um óleo qualquer durante os meses do verão. Para a cútis, uma loção, e depois, à noite, um creme gorduroso a fim de evitar o ressecamento. O cuidado do cabelo para passar um dia na praia ou um dia no campo é muito simples. Cubram-no com um lenço ou um chapéu próprio para o sol ou, ainda, com um gorro de banho se, por acaso, desejam nadar. Se notarem que o cabelo começa a ficar seco, lavem-n uma vez por semana com um “shampoo” oleoso, friccionando um pouco de azeite de oliva no couro cabeludo antes de lavá-lo. Este cuidado tão sem importância, aparentemente, fará com que sua cabeleira conserve o brilho e não perca nenhuma das suas qualidades naturais, apesar do calor mais intenso do verão. Dawn tem o segredo de uma simples e excelente loção própria para sol. Provou ser eficiente depois que Judy Garland a empregou para o bronzeado da pele que requeria o seu filme com M. Roonel, da Metro. Em uma vasilha de vidro de um litro, ponha-se uma terceira parte de óleo de cacau, outro terço de azeite doce e o resto de vinagre. Faça-se a mistura e acrescenta-se umas seis gotas de iodo. Aplique-se suavemente está econômica e ótima loção em todo corpo... e não tenham medo do sol. (...) No primeiro dia, fiquem um quarto de hora,

¹⁹⁶ Revista *Montanha*, ano II, n. 7, 1936.

¹⁹⁷ Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 27, 1934

no segundo, meia hora, e assim aumentando gradativamente o tempo, até que possam suportar um dia inteiro sem sofrer queimaduras. Observando essas indicações e conselhos, passarão o verão com um lindo bronzeado, evitando em absoluto as bolhas, pele descascada e outros efeitos indesejáveis que os imprudentes costumam experimentar.¹⁹⁸

Shampoos, cremes, óleos. Os cosméticos inseriram-se fortemente nos procedimentos dos cuidados com o corpo, tornando-se fundamentais para a promoção social da mulher. Anúncios de produtos de beleza e seções das revistas com dicas e conselhos de cuidados para com a estética a partir de receitas caseiras são abundantes nas diferentes publicações periódicas. Mesmo havendo um triunfo por parte dos cosméticos industrializados, uma vez que eram referendados e defendidos pelo saber médico, as receitas caseiras de produtos de higiene e de embelezamento do corpo continuam a subsistir nas recomendações e nos hábitos da população mineira. Sejam industrializados ou não, os cosméticos eram divulgados como produtos essenciais não somente para a beleza do corpo como também para a sua saúde. Percebe-se, nesse sentido, a presença do discurso médico por trás não apenas da fabricação destes produtos, mas também da difusão de um discurso em prol das práticas de embelezamento. A revista *Montanheza*, a partir do número 23 de sua publicação, iniciou uma seção denominada *Cosmética e Plástica*, que tinha como propósito apresentar a especialidade da plástica na medicina que, de acordo com o autor, já era altamente difundida na Europa, mas pouco conhecida no Brasil. Passou também a publicar conselhos e sugestões científicas sobre o tratamento da pele e outros pontos que dizem respeito à beleza. Ao longo de sete números, a seção traz tratamentos para os diferentes tipos de pele, para os cabelos, regimes de emagrecimento, métodos de higienização e indicações de produtos. A todo o momento, os discursos do médico responsável pela seção aludem à importância das práticas de embelezamento para a saúde da mulher bem como para a sua vida em sociedade. Trata-se de uma legitimação dos métodos e dos produtos de beleza pelos benefícios que estes impõem à saúde como um todo e pela promoção da imagem feminina na sociedade.

O jogo de aparências criado para e pelas mulheres, do qual fazem partes as práticas corporais e as de embelezamento, se completa com a moda. A relação moda e beleza, no entanto, não é tão linear quanto parece ser. A beleza da moda, ou das roupas, não resulta

¹⁹⁸ Revista *Leitura*, ano II, n. 20, 1942.

apenas da harmonia dada entre as formas do corpo e a beleza da matéria dos tecidos. Ela é dada também pelo jogo de sedução e pela imaginação na maneira com que os modelos cobrem ou descobrem os corpos. A moda opera “simbólica e alusivamente por meio de formas e ornamentos variáveis, usando suas próprias formas aplicadas e sugestivas em contraponto dinâmico dos contornos reais dos corpos.”¹⁹⁹ A roupa reveste o corpo e atribui a ele outros significados, reconstruindo sua forma e aparência exterior. É justamente na capacidade de redesenhar o corpo e, portanto, de tornar suas formas mutáveis e efêmeras que reside a beleza e a sedução do corpo revestido.

A moda esportiva participa ativamente do jogo das aparências ao redefinir certos padrões de corpo e de visibilidade deste corpo. As práticas corporais apresentam-se como ocasiões significativas em que as fronteiras do pudor e da exibição do corpo são relativizadas, principalmente pelo uso das roupas especiais. Estabelece-se um jogo entre o sujeito olhar e ser olhado, em que imperam as questões do fazer-se notado, como a sedução e a persuasão. Tais situações requerem uma atenção especial à construção das aparências, em que os cuidados com o corpo e seu embelezamento e ênfase pelas roupas estabelecem uma forma de comunicação com o meio social. “O corpo apresenta assim uma gama aberta de possibilidades de presentificação do sujeito que se constitui pela e através das possibilidades que são oferecidas pela gramática da linguagem do traje.”²⁰⁰ A moda esportiva feminina vai além da função do vestir e adere à idéia de uma sexualização do corpo, determinando um esquema conceitual das aparências formado pela forma ideal de feminilidade e pelas concepções de beleza feminina.

Lembramos e recomendamos a ginástica mais fácil e mais natural que se pode aconselhar: passeios, bailes e esportes. Estes têm, cada dia, um maior desenvolvimento e a moda e os costumes dão a mulher uma parte ativa neles, pois são de grande importância à saúde, desenvolvimento e beleza.²⁰¹

Pouco a pouco, as prescrições de um modelo corporal de beleza feminina com referências nos esportes e os discursos que o compõem, como o da moda e o da saúde, vão sendo incorporados ao cotidiano da população. Há roupas ideais para se frequentar os

¹⁹⁹ Anne HOLLANDER, 1996, p. 48.

²⁰⁰ Kathia CASTILHO, 2002, pp. 70-71.

²⁰¹ Revista *Cultura*, ano V, n. 25, 1943.

eventos esportivos, bem como maneiras de se embelezar o rosto e os cabelos. Prescrevia-se: “As mulheres esportivas ficam fiéis ao corte curto, mas o presente deve ser especialmente cuidado e o seu aspecto dá a impressão de sóbrio e chic.”²⁰² Assim como: “Para as excursões sportivas, não é prudente nem bonito, uma maquillage muito accentuado. Um pouco de creme, de ‘baton’ e de pó de arroz é o suficiente. Em plen sol, as cores não tem bonito efeito sobre a epiderme.”²⁰³ Uma série de métodos, produtos e vestimentas prescritas e postas em circulação pelas revistas vão compondo um modelo ideal de aparência, que tem nos concursos de beleza a sua consagração. Produzidos pelos próprios clubes esportivos ou por associações a eles ligados, os concursos de beleza eram vistos como um propagador dos aspectos positivos que os esportes trazem para vida de cada um. As mulheres participantes se apresentam como modelo de perfeição física, de graciosidade, de elegância e de relevância social, cunhadas pelos esportes. O traje não poderia ser outro que não fosse o maiô, que, ao delinear e exhibir as formas corporais, exalta a beleza e a sedução femininas, qualidades indispensáveis para o concurso, mas também para a promoção da imagem social da mulher.

²⁰² Revista *Montanha*, ano II, n. 26, 1936.

²⁰³ Revista *Metrópole*, ano II, n. 13, 1939.



Figura 41 – Charge
Revista *Montanha*, ano I, n. 5, 1936.

O triunfo das aparências marca uma nova representação do corpo feminino, desenhada pelas práticas corporais, pelas roupas e pelos cuidados com o corpo, com a pele e com os cabelos. A beleza passa a ser uma conquista. Uma qualidade imprescindível às mulheres e acessível a todas, desde que sigam as prescrições com esforço e vontade. E

conselhos e prescrições não faltam nas páginas revisteiras. Modelos de corpo revestido são difundidos por meio de imagens e palavras nas diferentes publicações periódicas. Os esportes e as roupas esportivas ajudaram a redefinir não apenas padrões estéticos de corpo como também contribuíram para uma alteração de valores culturais e sociais que ultrapassam as quatro linhas das quadras e atingem o cotidiano urbano moderno.

Finalmente, a garota, a minha, a sua, a nossa garota, mesmo a garota neutra já ganhou um senso de pressa e sabe (importantíssimo!) que sem os esportes não conseguirá ser tão linda por muito tempo. Anda esportivamente para a missa, esportivamente para a “matinée”, esportivamente para o chá das cinco, esportivamente para o Minas Tênis, esportivamente para o seu bem...²⁰⁴

²⁰⁴ Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 1, 1941.

5 – PARA SER VISTO

A interpretação da realidade por meio das imagens e, mais especificamente por meio da fotografia, desencadeia um novo processo de conhecimento do mundo por meio de focos, de perspectivas e de cortes. As imagens criadas por este aparato tecnológico, nascido no século XIX e exaltado pelo século XX, revolucionaram as maneiras de ver, de apreender e de rememorar a realidade presente e passada. Por mais fiel que o ato de fotografar, ou seja, gravar uma imagem diretamente pela ação da luz sobre uma superfície quimicamente sensível possa parecer, o comando humano da máquina fotográfica imprime um expressivo grau de subjetividade a esta ação. As ações humanas e seus produtos são registrados por um olhar mecânico, um olhar através dos aparelhos. Trata-se de uma educação do olhar, em que as formas de visibilidade do real são modificadas pelo instrumento, participando de um programa estético e também político de produção das imagens de nossa memória e da construção das formas da nossa imaginação do real. Dessa maneira, a fotografia será sempre um fragmento do real, uma interpretação visual de um fato que não voltará a ocorrer da mesma maneira.

A fotografia não é uma mera ação mecânica na qual uma imagem qualquer é capturada, isenta de intencionalidades, de personagens e de histórias. “Há um olhar e uma elaboração estética na construção da imagem fotográfica. A imaginação criadora é a alma dessa forma de expressão; a imagem não pode ser entendida apenas como registro mecânico da realidade dita factual.”²⁰⁵ O foco, as distorções, as sobreposições e as montagens visuais dos elementos fotografados documentam não apenas a técnica e o método, mas também as paixões e os valores de quem fotografa. É assim que a leitura de determinada imagem será definida pelas experiências sensíveis de cada um.

A fotografia é o paradigma de uma ligação entre o eu e o mundo – e a sua versão da ideologia do realismo ora dita a omissão do eu com respeito ao mundo, ora permite uma relação agressiva para com o mundo, a qual celebra o eu. Um lado ou outro dessa ligação está sempre sendo redescoberto e sustentado.²⁰⁶

²⁰⁵ Boris KOSSOY, 2001, p. 49.

²⁰⁶ Susan SONTAG, 1981, p. 119.

Nesse sentido, distintas maneiras de olhar o mundo através da câmera fotográfica estabeleceram as imagens da realidade que ficariam para a posteridade. “Cada indivíduo define não apenas o que merece ser registrado, mas também sob que ângulo as ações sociais de seus cotidianos devem ser imortalizadas.”²⁰⁷ O fotógrafo, portanto, não fornece apenas um registro ou uma prova do real, mas uma avaliação dessa realidade que o circunda.

A fotografia possibilita não apenas conhecer algo como também experimentar novas sensações e acontecimentos não vividos diretamente por aqueles que a veem. Por meio da imagem fotográfica, um número cada vez maior de sentimentos e eventos insere-se na experiência do meio social em que circula, educando os modos com o que os indivíduos vivenciam e sentem algo a partir do olhar.

A própria mudez daquilo que hipoteticamente é compreensível em uma fotografia explica o grau de atração e provocação que esse exerce sobre nós. A onipresença da fotografia produz efeito incalculável sobre nossa sensibilidade ética. Ao dotar este nosso mundo, já tão congestionado, de uma duplicata do mundo das imagens, a fotografia nos faz crer ser este mundo mais acessível do que na verdade o é.²⁰⁸

Os veículos de comunicação, incentivadores de uma nova sensibilidade urbana pautada pelos preceitos do moderno, viram na fotografia um recurso ideal para educar a sociedade. O cotidiano transforma-se em tema de representação e, conseqüentemente, os corpos em circulação que o compõe configuram-se como sujeitos e objetos de fotografias veiculadas nas revistas. Ao fazer circular imagens de indivíduos em momentos de divertimento e de sociabilidade tidos como modernos, as revistas difundiam modelos de corpos e comportamentos desejáveis para a cidade.

Mais que simplesmente focalizar em uma representação despretenhosa dos indivíduos, as imagens fotográficas sobre o cotidiano, o lazer e a sociabilidade, nas revistas ilustradas, centravam-se no embate entre o corpo, os olhos e o espaço urbano. Esta representação exhibe uma imagem do espaço urbano que se mescla com a imagem de um novo corpo: um corpo “manequim” cujos olhos estão em constante movimento – corpo de uma criatura que é ao mesmo tempo, artifício, decoração e ornamento, e que desliza pelos novos espaços urbanizados sugerindo controle de si e do espaço físico.²⁰⁹

²⁰⁷ Maria Eliza BORGES, 2005, p. 30.

²⁰⁸ Susan SONTAG, 1981, p. 23.

²⁰⁹ Claudia de OLIVEIRA, 2010, p. 177.

A fotografia na imprensa pretendia obter o *status* de verdade, um retrato fiel dos acontecimentos da vida urbana. Afinal, o que a câmera captou realmente aconteceu; não se trata de uma pintura ou mesmo de uma descrição escrita que pode muito bem ser dramatizada. O como os indivíduos se vestiram e se portaram em determinado evento está registrado pela imagem fotográfica. Em grande parte, é este suposto aspecto de fidelidade com o real que atrai o olhar dos indivíduos e os incitam a experimentar tal atividade, a vestir tal roupa e a se comportar de tal maneira. Afinal, de acordo com tal lógica, se foi fotografado é porque é real e, portanto, é possível. Longe de ser um documento neutro e fiel à realidade, a fotografia surge como nova maneira de documentar a vida em sociedade e sua pretensa objetividade não apenas informa o leitor, como pretende parecer, mas também cria verdades a partir do imaginário social quase sempre produzidas por uma parcela da classe dominante.²¹⁰ A imprensa apropria-se fortemente da imagem fotográfica a fim de informar, de seduzir e de educar a população de acordo com seus ideais.

Em outro sentido, a atratividade e a eficácia da fotografia como meio de despertar e educar consciências se dão por sua capacidade de embelezar o mundo. O caráter de imortalidade da imagem de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos faz com que estes se preocupem com a representação sua que ficará para o futuro. As pessoas querem uma imagem em que elas pareceram da melhor maneira possível, ou seja, perseguem sempre uma imagem idealizada. O mesmo ocorre com as fotografias das revistas. Elas são idealizadas para que a imagem de fragmentos da cidade que eternizará em suas páginas represente um modelo de corpo, de comportamento e de urbanidade. Portanto, os momentos e os indivíduos que se escolhe fotografar e divulgar nas revistas configuram-se como padrões de comportamento aceitáveis considerados pela sociedade moderna. Ser sujeito ou objeto dessas fotografias confirmava prestígio social, ajudando a construir novas aparências e condutas sociais a serem seguidas.

O que se percebe é a construção de mecanismos simbólicos de controle – dentre eles a própria fotografia –, os quais vão servindo como meio de controle dos indivíduos na nova sociedade. Ou seja, a fotografia vai se convertendo em um olho seletivo que celebra um grupo específico de indivíduos. Ao selecionarem os indivíduos retratados, as próprias revistas

²¹⁰ Maria Eliza BORGES, 2005.

vão delimitando os limites dos grupos sociais registrados, e as próprias imagens vão se constituindo em formas de regulamentação do corpo no espaço urbano.²¹¹

As imagens do corpo revestido no esporte, seja nas seções de moda, seja nos instantâneos de um jogo, seguem o mesmo pressuposto de modelo de corpo moderno, que deveria aspirar beleza, saúde, força física e moral. As fotografias foram acompanhando as transformações do corpo do homem e da mulher do início do século XX. A imagem do corpo mecanizado reflete a cultura do esporte e das ginásticas, a racionalização do trabalho e as políticas de higiene, e a sua difusão pelas fotografias e publicidades nas revistas contribui para fixar uma representação dinâmica e otimista do corpo e torná-la onipresente no imaginário social.²¹²

As fotografias tiradas em eventos esportivos exibem um fragmento mais estilizado do conjunto de movimentos que ocorre durante o jogo. É o momento do pulo de um nadador na água, do corte no vôlei, da coreografia simétrica dos ginastas. É o momento em que se exalta a perfeição dos gestos e dos músculos. No entanto, trata-se de uma imagem tirada sem a ciência do seu protagonista, ou melhor dizendo, não há tempo nem espaço para que se faça uma pose ideal. Quando uma máquina fotográfica é posta em mãos e os esportistas estão cientes do momento da fotografia, elabora-se a tradicional pose em que homens e mulheres reúnem-se em uma ou duas filas, sentados ou em pé, trajando uma impecável vestimenta e esboçando as expressões mais adequadas, sorrisos para elas, seriedade para eles. O instante congelado pela fotografia deve refletir tão somente a disciplina e a beleza dos corpos vestidos proporcionadas pelo esporte. Possui o mesmo padrão de um retrato em que as posturas e os gestos dos modelos (ou esportistas) e os objetos a sua volta (como a bola) seguem um padrão e estão carregados de sentido simbólico. Todas essas disposições servem a um propósito: apresentar os modelos de forma especial, expressando o seu melhor comportamento, e os objetos vêm reforçar a sua representação.²¹³

As roupas esportivas auxiliam na construção da imagem do corpo, em movimento ou não, significando e comunicando seu papel na sociedade. As imagens destas roupas

²¹¹ Claudia de OLIVEIRA, 2010, pp. 185-186.

²¹² Yves MICHAUD, 2009.

²¹³ Peter BURKE, 2004.

tornam possível a sua permanência no imaginário social, mesmo que elas se modifiquem de tempos em tempos. É a sua difusão e a sua apropriação que as mantêm nos olhos e mentes como “imagens desejáveis, prontas para adquirir um significado associativo e dispostas a uma imitação instantânea seguida de modificações rápidas, subversão, substituição e redescoberta final.”²¹⁴ A moda, e a moda esportiva, muito diferente seria sem a câmera. A câmera concretiza uma visão estética da realidade, na medida em que possibilita criar uma imagem real e fictícia do mundo. Real, pois não deixa de produzir notas sobre a realidade, e fictícia, por poder construir, interpretar, reciclar a realidade, idealizando-a. “A dupla capacidade da câmera de tornar subjetiva e objetiva a realidade, satisfaz essa necessidade de formas do ideal, e reforça-as.”²¹⁵ A forma desejável do corpo e da roupa é exposta pelas fotografias, o que a torna mais “real” e possível de ser conquistada. É necessário ver e ser visto.

O sentido da visão perpassa pelas diversas nuances da vida coletiva do homem moderno. “As relações recíprocas dos seres humanos nas cidades se distinguem por uma notória preponderância da atividade visual.”²¹⁶ Os homens e as mulheres se reconhecem e se julgam a partir daquilo que conseguem ver e, portanto, os modos de parecer e de se portar se tornam praticamente sinônimos dos modos de ser. “Nesse universo voltado a distinção corporal, a contemplação da própria aparência foi sem dúvida estimulada e atualizada com o advento da fotografia.”²¹⁷ A imagem, e mais especificamente a fotografia, foi fundamental para uma circulação da moda esportiva na capital mineira, principalmente por meio dos periódicos. A fotografia permitia congelar fragmentos de uma temporalidade e condensar a nova imagem da cidade em processo de mudança. Elas permitiam uma educação do olhar e a elaboração de uma nova estética, assim como difundiram uma nova cultura urbana, em que o esporte e seus trajes específicos estavam presentes, com novos padrões de civilidade, de sociabilidade e de consumo, que deveriam ser almejados pelos leitores das revistas que se quisessem modernos. É desse modo que as seções de moda, ou mesmo as fotorreportagens com momentos de práticas esportivas veiculadas pelas revistas, disseminavam modelos de corpo, roupa e comportamento. É desse modo também que a

²¹⁴ Anne HOLLANDER, 1996, p. 43.

²¹⁵ Susan SONTAG, 1981, p. 171.

²¹⁶ Walter BENJAMIN, 1994, p. 36.

²¹⁷ Denise SANT’ANNA, 2007, p. 76.

publicidade torna-se não somente um instrumento da sociedade de consumo, como também uma representação dos valores da vida moderna.

5.1 – Para ser consumido

As imagens sempre tiveram um importante lugar nas revistas, em que sua função não era meramente completar um texto, mas, sim, ser considerada como um texto, de linguagem, recursos e técnicas diferentes. As inovações dos recursos gráficos, a necessidade de transmitir com rapidez e facilidade as informações e a sedução do leitor por meio da imagem transformaram-na em recurso fundamental do periodismo da época.²¹⁸ Seja pela ilustração, pela fotografia, pela pintura ou pela caricatura, as revistas utilizavam desses recursos visuais para divulgar suas representações e interpretações do cotidiano de uma sociedade. Dentre esses usos da imagem, os anúncios, ou reclames, se destacaram na produção de um novo homem moderno. E não havia lugar melhor para a publicidade que as revistas. Segundo Ana Luiza Martins (2001), as revistas eram o veículo ideal para a publicidade uma vez que ambas direcionavam-se para o mesmo objetivo: “dar-se a conhecer, divulgar-se, produzir-se para vender”.²¹⁹ A revista era a própria publicidade, ou, melhor dizendo, ela se transformou na “embalagem ideal para o produto da publicidade”,²²⁰ Além disso, com melhores possibilidades de resoluções gráficas e com uma periodização mais ampla, o que facilitava uma impressão mais refinada, elas ajudaram a redefinir os caminhos da publicidade no início do século XX.

A exemplo de outras capitais brasileiras, era na figura do corretor de anúncios, autônomo ou comissionado, batendo de porta em porta nos pequenos e grandes comércios da cidade para angariar novos anunciantes para os jornais e revistas, que se iniciava o que tempos depois viria a se transformar no mercado publicitário de Belo Horizonte.²²¹ Seguidos pelos estúdios de desenho e, anos mais tarde, pelas agências locais e nacionais, a publicidade foi se organizando e se aprimorando em todas as suas áreas, seja no incremento dos recursos imagéticos e literários, com a contratação de profissionais especializados e

²¹⁸ Ana Luiza MARTINS, 2001.

²¹⁹ *Idem*, p. 244.

²²⁰ *Ibidem*.

²²¹ Edgar de MELO; Fernando REIS, 1990.

com a sofisticação dos equipamentos gráficos, seja na constituição de bases mercadológicas e comerciais mais sólidas, com a transformação das agências em verdadeiras empresas. Percebendo a eficiência dos anúncios e a extensa variedade de utilização do espaço que as revistas ofereciam para os anunciantes²²², as empresas dos mais variados produtos não demoraram a ocupar esse lugar, e dele nunca mais sair.

Se, a princípio, os anúncios se apresentavam de maneira curta e direta, objetivando apenas a informação de dados básicos do produto ou do comércio, com o tempo eles foram sendo aprimorados, unindo texto e imagem na intenção de seduzir do leitor.²²³ Esse aprimoramento não exclui, no entanto, os reclames simples e diretos das páginas revisteiras. Ainda que menos atrativos, eles têm o objetivo de reforçar, de fazer rememorar aquele produto ou comércio que, de alguma forma, já era conhecido pela população local. Não se pode desprezar também o fato de que as revistas possuíam enormes diferenças no que se refere à edição, à impressão, aos recursos técnicos, gráficos e, até mesmo, aos recursos de pessoal e financeiros. A instabilidade e a efemeridade desses periódicos ainda eram grandes, e tudo isso era fator decisivo no conteúdo de suas páginas, incluindo os anúncios e os reclames.

²²² Roberto CIVITA, 1990.

²²³ Maicol Martins COELHO, 2005.



Figura 42 – Propaganda do Centre Goal (1º)
Revista *Bello Horizonte*, ano II, n. 34, 1934



Figura 43 – Propaganda do Centre Goal (2º)
Revista *Cock Tail*, ano I, n. 1, 1935

A publicidade acompanhava e, de certa forma, também provocava as transformações sociais que foram ocorrendo ao longo dos anos. Unindo recursos literários e imagéticos no mesmo propósito – seduzir o leitor – e se impregnando dos valores mais cobiçados dos tempos modernos – técnica e velocidade –, a publicidade se tornou umas das maiores e mais efetivas expressões da cultura urbana. Os anúncios publicitários faziam

mais que divulgar seus produtos, eles faziam circular comportamentos. Auxiliados pelos recursos técnicos, como a fotografia e o desenho gráfico, eles seduziam uma sociedade fascinada pelo excesso de estímulos visuais.²²⁴

Ao associar a temática do esporte a todos os elementos que o compõem, os reclames potencializavam seu poder de atração para com seus possíveis consumidores. Isso porque o esporte e o *ser esportivo* representavam o moderno, o modo de vida desejado para a época. Uma imagem de uma mulher ou de um homem em trajes esportivos, simulando ou não os movimentos de um esporte qualquer, era vinculada a diversos produtos nas páginas das revistas. Dos reclames de lojas de tecidos, de produtos de beleza, dos espaços de divertimentos e dos tônicos revigorantes aos reclames de bebidas, de cigarros e de loterias, imagens e textos se entrelaçavam e, ao relacionarem esses produtos ao esporte e às roupas esportivas, criavam uma complementaridade lógica, ainda que muitas vezes ela não a fosse. O respaldo do esporte servia para todos.



Figura 44 – Propaganda do cigarro Belmont
Revista *Montanha*, ano II, n. 14, 1936

Seja pelos seus desenhos gráficos, pelas fotografias ou pelas gravuras, a imagem assumia importante papel na comunicação e na sedução do leitor. Por meio de uma

²²⁴ Carmen Lúcia SOARES, 2010.

linguagem mais direta, que não exigia letramento para ser compreendida, ela se tornava mais eficaz. Por meio de suas formas e volumes, atrativos aos olhos daquela população reeducada a viver na era dos sentidos visuais, ela se tornava mais persuasiva.²²⁵ A publicidade não sobreviveria mais sem os recursos imagéticos e sem todas as transformações tecnológicas decorrentes deles, tampouco a sociedade e a cultura urbana.

Os textos também não ficaram de fora dos reclames e tiveram relevância, principalmente naqueles que se propunham a divulgar não apenas seus produtos, mas também valores da modernidade, como o tempo e a técnica. Ao vincular seus produtos a esses valores, eles traziam para si um *status* de item indispensável para a vida moderna. Nesse formato de publicidade, os textos eram longos e compostos geralmente de uma apresentação dos problemas sociais vigentes ou de um ideal de sociedade e de uma descrição da constituição do produto e de seus benefícios, tanto para a própria pessoa, quanto para a vida coletiva da cidade. O leitor/consumidor tinha a sua frente uma chuva de informações oferecendo saúde, vigor, beleza, conforto e praticidade para suportar o acelerado ritmo urbano que os novos tempos exigiam. Como textos “propagandistas”, eles potencializavam a publicidade, produzindo novas energias motivadoras do comportamento da sociedade.²²⁶

²²⁵ Para Susan Sontag (1981), a fotografia, mas nesse caso podemos também estender às imagens em geral, ganham notoriedade no mundo moderno porque são capazes de nos fornecer informações e a publicidade se utiliza desse “recurso” para atingir maior número de pessoas. Para ela, a fotografia “dá-nos conta do que existe – e forma um inventário. (...) O grau de informação que a fotografia pode fornecer torna-se muito mais importante naquele exato momento da história cultural em que cada um começa a acreditar em seu direito ao que chama notícia. A fotografia era um meio de obter informações, para aqueles que não se dão facilmente à leitura”. (SONTAG, 1981, p. 21)

²²⁶ Para Ana Luiza MARTINS (2001), a propaganda, de caráter ideológico, e a publicidade, de caráter comercial, se integraram devido à acirrada competição pela demanda gerada pela revolução científica e tecnológica. A publicidade e a propaganda passaram a “atuar conjuntamente como mecanismo crucial dos quadros de demanda, elemento vital do mercado capitalista – emoliente que tornava tudo mais fácil, em favor do crescimento do consumo”. (MARTINS, 2001, pp. 353-354)

RAPIDEZ
Símbolo da vida moderna



Num ambiente de elegância, realizam-se anualmente em Flórida as célebres corridas de lanchas a motor. A mais rápida vencerá... A luta pela rapidez, nos esportes modernos, é bem um símbolo de nossa era, em que o tempo é cada vez mais um valor. Marchando com a época, a Guanabara pôde agora oferecer aos seus clientes as notáveis criações das "Confecções Americanas", do Rio. Feitas com o mesmo material e apuro da roupa sob medida, as "Confecções Americanas", cortadas nas medidas mais comuns, oferecem perfeita adaptação ao seu corpo, evitando o desperdício de seu tempo em provas sucessivas. E ao fazer essa única e rápida prova, o sr. já tem a impressão da roupa acabada.

Guanabara

Escolha hoje, vista amanhã, e pague em 10 meses.

Figura 45 – Publicidade Guanabara
 Revista *Bello Horizonte*, ano XIV, n. 184, 1946

Como o próprio texto do reclame anterior afirma, se o tempo é um valor da época, os esportes são o seu símbolo. E para uma cidade que já nasceu “moderna”, ou assim se queria, ter o esporte como expressão das várias vertentes que a constituem era essencial para sua divulgação de capital civilizada. “Marchando com a época”, a publicidade se utilizava desse potencial instrumento de convencimento para aumentar o seu público

consumidor. Nesse sentido, os propagandistas acabavam também por difundir um modelo de prática esportiva, de trajes esportivos e, não menos, de corpo ideal. Se os textos, principalmente aqueles relacionados aos produtos de higiene, beleza e saúde, descrevem um corpo modelar, as imagens de quaisquer produtos exibem seus padrões de corpo e roupa. A publicidade do creme depilatório *Race*, publicada na Revista *Montanha*, em 1936, já se inicia com a seguinte frase: “Quando V. Ex. veste ‘maillot’ ou vestido de ‘soirée’ fica exposta aos olhares e só pode enfrentá-los se nem o menor vestígio de pêlo enfeia sua pelle.”²²⁷ Depois de apresentado o produto, é descrito o modo de usá-lo: “Só precisa humedecer a pelle com água, botar o ‘Race’ e formar um crême espesso; 3 minutos depois lave-se e a água leva todo o pêlo dos braços, pernas e axilas. A pelle aparece branca e macia.”²²⁸ Apenas nesses dois trechos do anúncio já podemos perceber a presença de modelos de corpo, roupa e comportamento – a definição das vestes a serem usadas e a maneira de usá-las agem diretamente nas formas e na apresentação do corpo, das pernas macias e sem pelos. O texto ainda indica mais um padrão de beleza, a pele branca. Todos esses aspectos aparentemente corriqueiros e banais, comuns tanto nas escritas jornalísticas quanto nas publicitárias, são, na verdade, sutis discursos e ações direcionados a uma educação do corpo e das sensibilidades. Ao defenderem a qualidade e a utilidade de um produto para o consumidor, os anúncios defendiam, também, determinadas aparências e condutas que o mesmo deveria ter.

Um bom exemplo de produto que era presença certa nas páginas publicitárias da maioria das revistas e que possuía esse caráter múltiplo de divulgar não só produtos, mas modelos de corpos e comportamentos, eram os tônicos. Respaldados pelo saber científico da época, os tônicos prometiam tratar diferentes males do corpo, depurar o sangue, restaurar as energias do cérebro e dos músculos, revigorando o organismo como um todo. Tendo o discurso da saúde como eixo principal, os tônicos são apresentados como suporte para a vida moderna, oferecendo as vitaminas e minerais necessários para manter o ritmo acelerado dos novos tempos. Os esportes e os trajes esportivos entram nesse cenário como representantes desse novo cidadão, aquele com um corpo forte, saudável e sempre alerta e capaz de suportar os novos ritmos, ditados cada vez mais pela intensa velocidade. Se o

²²⁷ Revista *Montanha*, ano I, n. 5, 1936.

²²⁸ *Ibidem*.

objetivo é mostrar à população a necessidade de se ajustar a esses novos padrões sociais e culturais, e tal ajuste pode ser facilitado pelo uso constante do produto ofertado, a imagem de um corpo modelar, construído pelo esporte e redesenhado pela roupa, mostra-se importante na construção e na consolidação desse imaginário social. Afinal, a imagem permite vislumbrar, com suas linhas e cores, fazendo com que seus códigos sejam incorporados mais facilmente ao cotidiano das pessoas.



Figura 46 – Publicidade do tônico Raul Leite
Revista *Alterosa*, ano I, n. 1, 1939

O prazer de Viver...

COLEÇÃO LINHARES

GALATOL

A verdadeira alegria de viver e ter saúde... Adquire saúde fazendo uso do GALATOL - tônico fazedor de saúde anti-enérgico. Dê GALATOL a toda sua família.

LABORATÓRIO "PALMEIRAS" - RUA UBA, 213 - TEL. 2-6584 - B. HORIZONTE

Figura 47 – Publicidade do tônico Galatol
Revista Vida Esportiva, ano II, n. 6, 1947

A publicidade utilizou-se das variadas maneiras possíveis de se ilustrar um modelo de corpo, a fim de transmitir mais enfaticamente os volumes e as curvas desejadas. Para acentuar esse desenho, mostrava-o em trajes de banho. A partir do momento em que a exibição do corpo passa a ser mais aceita, principalmente a do corpo feminino, há um grande aumento na utilização de ilustrações e de fotografias de mulheres e homens com roupas de banho nos anúncios. Como dito anteriormente, os trajes esportivos e os de banho são fortes marcadores sociais e sexuais. Produzidos especialmente para serem utilizados em momentos de práticas corporais, eles não deixam de carregar aqueles códigos de distinção entre homens e mulheres, entre ricos e pobres. Aliada ao conforto se encontra a elegância; aliadas à liberdade de movimentos se encontram a graciosidade e a virilidade.

Nesse movimento de “desnudamento” corporal²²⁹, as mulheres se tornaram tanto alvo quanto estratégia publicitária; às vezes, eram os dois ao mesmo tempo. Havia a oferta de tônicos e de remédios exclusivos para elas, que iam da manutenção da saúde e regulação do organismo ao emagrecimento e ao rejuvenescimento da pele. Juntamente com o mercado de produtos de beleza e higiene, esses produtos integram o que Vigarello (2006) chamou de renovação estética física, iniciada no século XX: “a arte de embelezar se expandiu, como se expandiu igualmente o olhar projetado para a beleza”.²³⁰ Para ele, produziu-se uma metamorfose definitiva, porém discreta. O embelezamento do corpo não é feito mais apenas por exercícios e por cuidados superficiais da pele e do rosto. Há o incremento de ações corretivas precisas, intervenções que se apoiam na ciência e na tecnologia. Criou-se um mercado baseado na aparência e na beleza, potencializado pela publicidade das grandes revistas. O combate à obesidade e a busca pela saúde feminina já apresentavam soluções: o “Ofureno é o remédio que restabelece e garante a defesa e a resistência dos principais órgãos femininos”²³¹ e o “Leanogim”, que vem sob a forma de pílulas, é “um preparado que reúne os hormônios próprios para combater a gordura supérflua e incomoda”²³². A beleza e os cuidados para com ela revelam-se indissociáveis da idéia de saúde, e a atenção dispensada a esses produtos e procedimentos

²²⁹ O debate sobre a nudez é muito mais complexo e envolve uma reflexão mais apurada sobre os corpos, seus espaços e marcas culturais. Para Francine Barthe-Deloizy (2003), a nudez está condicionada ao lugar do corpo e esse lugar é afetado pelos objetos e pelas práticas que o rodeiam, como as roupas. Tal mudança comporta significados diferentes ao estado da nudez, inscrevendo-a no que a autora chama de geografias culturais.

²³⁰ George VIGARELLO, 2006, p. 133.

²³¹ Revista *Alterosa*, ano II, n. 8, 1940.

²³² Revista *Alterosa*, ano V, n. 34, 1943.

estéticos/higiênicos aumenta consideravelmente a partir do século XX. O triunfo da aparência e do corpo saudável é sustentado pelo discurso da ciência, uma vez que o tão desejado e difundido bem-estar é refletido, mas também alcançado, pela exterioridade da pele. Está na *cúti*s e nas atitudes.

Um maillot elegante realça sua silhueta...



...mas o encanto está em sua cutis!



O sabonete ARAXÁ é o único que se apresenta com a credencial de ser aprovado pelo Departamento Nacional de Saúde Pública do Rio de Janeiro, como sendo, de facto, benéfico à saúde da pelle. Fabricado com a lama e os saes do Araxá, este famoso sabonete é confeccionado com o maximo esculpulo e dosado pelo professor dr. Antonio Aleixo, consagrado especialista em molestias da pelle

MARCOLLA & CIA.
BELLO HORIZONTE

Araxá

Figura 48 – Publicidade do sabonete Araxá
Revista *Montanha*, ano II, n. 9, 1936

Nesse universo do embelezamento corporal, as roupas se destacam. Com sua competência em ocultar e revelar as linhas do corpo, “elas emolduram as formas corporais de um modo muito mais intenso e contribuem na transformação de valores morais e estéticos em relação às formas corporais”.²³³ Mais especificamente no caso dos trajes de banho feminino, que exibem a pele, modelam as curvas e ainda carregam um poder de sedução, eles se transformaram em peças fundamentais dos anúncios. Utilizando-se dessa valorização dos contornos corporais produzida pelas roupas, a publicidade se apropria fortemente das imagens do corpo atlético descoberto, ou melhor, marcado por aquilo que o veste, para disseminar códigos comportamentais, morais e estéticos que vão ao encontro de seus produtos.

Na construção desse novo corpo, forjado pelos exercícios físicos, pelos produtos de beleza e de higiene, pela intervenção científica e pelas roupas, uma nova aparência coletiva vai sendo desenhada. Como afirma Vigarello (2006), a norma coletiva de uma crescente atenção à estética tinha grande impacto na população, estabelecendo uma padronização e uma vulgarização de práticas de embelezamento que definiam as formas e os volumes corporais desejados. Vulgarizados pela publicidade, esses novos padrões de corpo vão tomando o seu lugar na contínua reconfiguração da cidade. Potencializados pelo uso dos esportes e das roupas esportivas nos anúncios, vai se consolidando a nova *performance* corporal pensada para a vida na cidade.

²³³ Carmen Lúcia SOARES, 2010, p. 91.

6 – ARREMATES FINAIS

Mas nenhum fato, meramente por ser causa, é só por isso um fato histórico. Ele se transforma em fato histórico postumamente, graças a acontecimentos que podem estar dele separados por milênios. (Benjamin, 1994)

O ato de vestir o corpo constitui uma ação rotineira do cotidiano de cada indivíduo em diferentes épocas e sociedades. Vestir-se para ir ao trabalho, vestir-se para ficar em casa, vestir-se para ir ao cinema, vestir-se para praticar esporte. Cada espaço de sociabilidade do urbano pede e, por vezes, impõe um determinado tipo de vestimenta adequado ao seu ambiente. As conjecturas acerca dos modelos de roupas, com seus formatos, dimensões e cores, que devem ou não ser usados revelam que o vestuário está repleto de questões e de sentidos que vão além da proteção física do corpo, assumindo seu caráter simbólico nas dimensões cultural, social, econômica e moral.

Ao aprofundarmos no sentido social e cultural da moda esportiva, percebemos que a mesma participou ativamente de uma reconfiguração dos corpos e dos sentidos na vida coletiva da cidade de Belo Horizonte. A capital mineira, após três décadas de sua inauguração, passava por um processo de modernização dos hábitos e dos costumes da população e, conseqüentemente, por uma redefinição dos padrões de corpo e beleza. Com sua ação dirigida ao corpo, o esporte assume uma importância não somente na conformação do corpo físico, como também na formação moral do homem e na sua conduta social. A nova cultura urbana que se pretendia propunha um novo modelo corporal no qual se configuram novos padrões vestimentares.

As roupas destinadas às práticas corporais vão se tornando uma necessidade ao longo do tempo e vão, lentamente, desenhando novas formas do parecer. Uma exposição maior do corpo vai sendo aceita, principalmente para as mulheres, e, com isso, há uma necessidade de enrijecê-lo, de fortalecer e tornar belas as partes do corpo que, antes, não eram mostradas. As roupas esportivas comportam aspectos que congregam a necessidade de liberdade dos movimentos à importância da aparência. As roupas esportivas femininas não podiam deixar de destacar a feminilidade e delicadeza das mulheres, assim como as masculinas deveriam enfatizar o caráter viril e a sobriedade dos homens.

Para fazer circular todas essas concepções de roupa e de corpo, as revistas foram acionadas a divulgar imagens-modelos por meio das seções de moda e de publicidade. Elas veiculavam em suas páginas textos e fotografias de eventos esportivos, de esportistas em ação e em pose, atrizes americanas em trajes esportivos. As revistas, portanto, tinham uma função dupla: promover visibilidade aos modelos da moda, prescrevendo modos de vestir e de se portar, ao mesmo tempo em que, ao veicular fotografias e ao descrever as roupas que são usadas pelos indivíduos “comuns”, deixava a moda da rua e dos clubes adentrar em seus conteúdos. Os dois papéis confluem para um objetivo comum: despertar a atenção da população e inculcar em seus hábitos um exemplo de corpo vestido moderno. Afinal, mesmo aquela imagem de corpo e de roupa do cotidiano da cidade impressa nas páginas *revisteiras* representava um ideal de comportamento e de beleza. As roupas esportivas, junto às práticas corporais e aos novos métodos de embelezamento, participaram efetivamente de uma revolução das aparências e dos comportamentos na capital mineira.

As roupas e, em especial as roupas esportivas, carregam marcas sociais e culturais fundamentais para a compreensão das relações humanas no espaço urbano. Uma história do vestuário que se queira ser mais que uma cronologia das mudanças da moda deve ser construída, indagando-se suas diferentes direções, ainda que aparentemente elas pareçam contraditórias. A história das roupas esportivas que aqui se pretendeu contar traz algumas observações e análises possíveis, bem como perguntas múltiplas e caminhos de pesquisa variados a este respeito. Ela não se conclui, mas apenas se inicia. Há muitas roupas esportivas espalhadas pelo Brasil que ainda carecem de ter suas histórias narradas.

...

O texto que aqui se encerra é a vestimenta que acabamos de produzir. Na criação do modelo, ou no projeto de pesquisa que se anunciava, foram definidos seus tecidos e seu desenho. Seus tecidos, ou suas fontes, revelam a base sob a qual toda a trama fora construída e costurada. Seus cortes e recortes revelam nossas escolhas éticas, estéticas e teóricas, que determinam o caminho da tesoura, ou do lápis. Seu molde, com as dimensões e formatos pré-delineados, por várias vezes precisou ser repensado a fim de concretizar as idéias para a construção deste objeto, e da sua história, aparentemente tão banal. Por fim,

sua manufatura, ou a sua escrita, fase mais importante do processo produtivo, na qual todos estes elementos precisam ser harmoniosamente costurados, conectados, em outras palavras, precisam fazer sentido. Eis então o produto final de todo um trabalho intelectual e, por que também não, corporal. Eis a nossa roupa, o nosso corpo, o nosso texto. Imperfeitos e incompletos por “natureza”, mas detentores de certa beleza aos olhos de quem a produziu.

7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alice Rangel de Paiva. *O trabalho industrial a domicilio na indústria de confecção*. São Paulo: USP, 1980. (Doutorado em Ciências Sociais)

ANDRADE, Carlos Drummond de. *Poesia e prosa*. 8 ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1992.

ANJOS, Cyro dos. *Menina do sobrado*. Rio de Janeiro: J. Olympio; Brasília: INL, 1979.

ÁVILA, Myriam. *O retrato na rua: memórias e modernidade na cidade planejada*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

BALZAC, Honoré de. *Traité de la vie elegante*. Paris: Éditions Mille et une nuits, 2002. (1ª. Ed., 1830)

BARTHES, Roland; BENEDETTI, Ivone Castilho. *Sistema da moda*. São Paulo: WMF; Martins Fontes, 2009.

BARTHES, Roland. *Inéditos, V.3. Imagens da moda*. São Paulo: Martins, 2005.

BARTHE-DELOIZY, Francine. *Géographie de la nudité: être nu en quelque part*. Paris: Editions Bréal, 2003.

Belo Horizonte & Comércio: 100 anos de história. Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos Históricos e Culturais. Belo Horizonte, 2007.

BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de história in: *Obras Escolhidas*, v. I, Magia e técnica, arte e política, trad. S.P. Rouanet, São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. A Paris do Segundo Império em Baudelaire *in: Obras Escolhidas*, v. III, Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo, trad. de J. C. M. Barbosa e H. A. Baptista, São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter; TIEDEMANN, Rolf; BOLLE, Willi; MATOS, Olgaria C. F.; ARON, Irene. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BENJAMIN, Walter; ROUANET, Sergio Paulo; GAGNEBIN, Jeanne-Marie. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (*Obras escolhidas*; 1)

BH – 100 anos de indústria. Centro de Memória Sistema Fiemg. Acessado pelo site www.fiemg.com.br, no dia 03/09/2008.

BLOCH, Marc L. *Apologia da história, ou, O ofício do historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BOREL, France. *Le vêtement incarné: les métamorphoses du corps*. Paris: Calmman Lévy, 1992.

BORGES, Maria Eliza. *História & Fotografia*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. *A distinção: crítica social do julgamento*. Trad. Daniela Kern; Guilherme Teixeira. 1ª reimpr. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRAUDEL, Fernand. *Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV-XVIII*. São Paulo: Martins Fontes, 1995-1996. 3 v.

BRITES, Olga. Crianças de revista (1930-1950) *in: Revista Educação e Pesquisa*, São Paulo, v.26, n.1, p.161-176, jan./jun. 2000.

BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru: Edusc, 2004.

CALANCA, Daniela. *História Social da Moda*. São Paulo: Senac, 2008.

_____. História e moda *in: SORCINELLI, Paolo (org.). Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias*. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. Do corpo à moda: exercícios de uma prática estética *in: A moda do corpo, o corpo da moda*. São Paulo: Esfera, 2002.

CASTRO, Maria Ceres Pimenta S. Estudo crítico e nota bibliográfica *in: LINHARES, Joaquim Nabuco. Itinerário da imprensa de Belo Horizonte: 1895-1954*; Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1995.

CIVITA, Roberto. As revistas *in: CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo; REIS, Fernando (orgs.). História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos brasileiros; v.21)

COELHO, Maicol Martins de López. *Forte e bonito como o barão: ciência e propaganda no Brasil; início do século XX*. São Paulo: PUC-SP, 2005. (Dissertação de Mestrado em História da Ciência).

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

CRUZ, Heloisa de Faria. *São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915*. São Paulo: Educ: Fapesp; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000.

CUNHA, Luciana B. *Prescrições de moda e corpo: as revistas em circulação na cidade de Belo Horizonte entre 1894 e 1930*. Belo Horizonte: UFMG, 2008. (Trabalho de conclusão de curso em Educação Física).

DECCA, Maria Auxiliadora. *Indústria, trabalho e cotidiano: Brasil, 1880 a 1990*. São Paulo: Atual, 1991.

FREHSE, Fraya. Potencialidades de uma etnografia das ruas do passado *in: Cadernos de Campo*, v.15, n.14/15, jan/dez de 2006.

FUNDAÇÃO 18 DE MARÇO. *A fábrica de tecidos de Machado, 1871-1917*. Belo Horizonte: Mazza: Fundação 18 de Março, 1989. 82p.

GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e historia*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GIUSTI, Nicoletta. A indústria da moda nos estudos organizacionais: mitos, equívocos e perspectivas de pesquisa *in: SORCINELLI, Paolo (org.). Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias*. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

HOLLANDER, Anne. *O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno*. Trad. Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

IGLESIAS, Francisco. *Breve história econômica de Minas Gerais*. s/d.

JAMAIN, Sandrine. Le vêtements sportif des femmes des “annes folles” aux années 1960. De la transgression à la “neutralisation” du genre *in: ROGER, Anne; TERRET, Thierry. Sport et Genre*. Objets, arts et médias. 5v. Paris: L’Harmattan, 2005. v. 4. p. 35-48.

JAMAIN, Sandrine et TERRET, Thierry. Fabricants, détaillants et vendeurs: l’économie du costume de sport à la Belle Époque *in : Revue Internationale des Sciences du Sport et de*

l'Éducation Physique (STAPS). Bruxelles: Éditions de Boeck Université, n. 83, 2009, pp. 55-67.

JULIÃO, Letícia. *Belo Horizonte: itinerários da cidade moderna* in: DUTRA, Eliane de Freitas (org). BH: horizontes históricos. Belo Horizonte: C/Arte, 1996.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & História*. 2 ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LINHALES, Meily Assbú. *A escola, o esporte e a “energização do caráter”*: projetos culturais em circulação na Associação Brasileira de Educação (1925-1935). Belo Horizonte: UFMG, 2006. (Tese, Doutorado em História da Educação).

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUCENA, Ricardo. *O esporte na cidade*. Campinas: Autores Associados, 2001.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República (1890-1922)*. São Paulo: Editora da USP: Fapesp: Imprensa Oficial do Estado, 2001.

MELO, Edgar de; REIS, Fernando. Minas Gerais: os estúdios de desenho foram os precursores in: CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo; REIS, Fernando (orgs.). *História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos brasileiros; v.21)

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MIRANDA, Carlos Eduardo Albuquerque. *Uma leitura pelas imagens de “O homem das multidões” de Edgar Allan Poe*. s/d.

_____. Uma educação do olho: as imagens na sociedade urbana, industrial e de mercado *in: Cadernos Cedes – Indústria Cultural e Educação*, n.54, 2001.

MORANDO, Luiz. *Paraíso das maravilhas: uma história do Crime do Parque*. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2008.

MOTTIAUX, Aude. Nudité et vêtements: évolutin des symboles propres aux courers/euses à pied *in: ROGER, Anne; TERRET, Thierry. Sport et Genre. Objets, arts et médias*. 5v. Paris: L’Harmattan, 2005. v. 4. p. 35-48.

MOURA, Rodrigo Caldeira. *O amadorismo, o profissionalismo, os sururus e outras tramas: o futebol em Belo Horizonte nas décadas de 1920 e 1930*. (Dissertação de Mestrado) Belo Horizonte: UFMG, 2010.

MUSEU DE ARTE DE BELO HORIZONTE MUSEU DA CIA. CEDRO E CACHOEIRA. *Cultura têxtil nas Minas Gerais*. Belo Horizonte: Prefeitura de Belo Horizonte, 1978.

NAVA, Pedro. *Beira mar: memórias 4*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985. 3º ed.

OLIVA, Michel. “Je n’ai rien à me mettre” *in: MONNEYRON, Frédéric (dir.) Les vêtements*. Paris: L’Harmattan, 2001. p.69-84.

OLIVEIRA, Cláudia de. A iconografia do moderno : a representação da vida urbana *in: VELLOSO, Mônica et.al. O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

RIBEIRO, Rafael Rajão. *A bola em meio as ruas alinhadas e a uma poeira infernal: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921)*. (Dissertação de Mestrado) Belo Horizonte : UFMG, 2007.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. Trad. Assef Kfourir. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

_____. *História das coisas banais: nascimento do consumo nas sociedades do século XVII ao XIX*. Trad. Ana Maria Scherer. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

RODRIGUES, Marilita Aparecida Arantes. *Constituição e Enraizamento do Esporte na Cidade – uma prática moderna de lazer na cultura urbana de Belo Horizonte (1894-1920)*. Belo Horizonte: UFMG, 2006. (Tese, Doutorado em História Social da Cultura).

POE, Edgar Allan. *O homem da multidão*. Trad. Dorothée de Bruchard. Editora Paraula, 1993.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Corpo e história in: *Cadernos de Subjetividade – Núcleo de Estudos e Pesquisas da Subjetividade do Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Clínica da PUC-SP*, vol. 1, n.1, 1993, p.243-266.

_____. *La recherche de la beauté: une contribution à l'histoire des pratiques e des représentations de l'embellissement féminin ai Brasil – 1900 à 1980*. Paris: Université de Paris VII, 1994. (Tese, Doutorado em História da Civilização).

SANT'ANNA, Patrícia. Moda: uma apaixonante história das formas in: *Revista Ciência e Cultura*, vol. 61, n.01, São Paulo, 2009.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio in: SEVCENKO, Nicolau (org). *História da Vida Privada no Brasil* (3). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Francisco Carlos T.; SANTOS, Ricardo Pinto dos. *Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional*. Vol. 2. Rio de Janeiro: Mauad: Faperj, 2006.

SILVA, Marina Guedes Costa e. *A moral e os bons costumes: a experiência da cidade nas narrativas policiais (Belo Horizonte, 1897-1926)*. Belo Horizonte: UFMG, 2009. (Dissertação, Mestrado em Educação).

SILVERMAN, Kaja. Fragmentos de um discurso de moda *in*: BENSTOCK, Shari; FERRISS, Suzanne (orgs.). *Por dentro da moda*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002. pp. 201-214.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SOARES, Carmen Lúcia. Práticas corporais: invenção de pedagogias? *in*: SILVA, Ana Márcia. *Práticas corporais: gênese de um movimento investigativo em Educação Física*. Vol. 1. Florianópolis : Nauembla Ciência & Arte, 2005.

_____. *As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940)*. Campinas: Unicamp, 2010. (Tese de Livre Docência).

_____. Vêtements *in*: ANDRIEU, Bernard et BOËTSCH, Gilles. *Dictionnaire du Corps* (2a.ed.). Paris: Editions du CNRS, 2008, p. 338-340. (ISBN: 978-2-271-06661-9)

_____. Etude des vêtements spécialisés destinés aux pratiques corporelles et sportives à São Paulo (Brésil): entre esthétique, confort et efficacité (1920-1960) *in*: DANIEL, Laurent. *L' Art et le Sport. Actes du XII Colloque International du Comité Europeen pour l'Histoire du Sport*. Lorient : Atlantida-Musée national du Sport, Tome 1, 2009, p. 63-71.

SONTAG, Susan. *Ensaaios sobre fotografia*. Trad. Joaquim Paiva. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STEELE, Valerie. Dressing for work. In: KIDWELL, Claudia B.; STEELE, Valerie (org). *Men and woman: dressing the part*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1989, pp. 69-91.

VEIGA, Cynthia Greive. *Cidadania e educação na trama da cidade: a construção de Belo Horizonte em fins do século XIX*. Bragança Paulista: EDUSF, 2002.

VAZ, Alisson Mascarenhas. *Cia. Cedro e Cachoeira: história de uma empresa familiar: 1883-1987*. Belo Horizonte: Cedro Cachoeira, 1990.

_____. *A indústria têxtil em Minas Gerais: o papel da família Mascarenhas 1872-1972*. Belo Horizonte: [s.n.], 1976. 333p.

VELLOSO, Mônica *et.al.* *O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

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

_____. *O limpo e o sujo: uma história da higiene corporal*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

8 – FONTES E ARQUIVOS

Fontes

Fotografias – Arquivo do Centro de Memória do Minas Tênis Clube

- Equipe de Vôlei Masculino do Minas Tênis Clube – 1939
- Jogadoras de tênis do Minas Tênis Clube – 1950
- Nadadores do Minas Tênis Clube – 1950
- Nadadores do Minas Tênis Clube – Na foto: Fernando Ramos da Matta, Danilo Magnavacca, Wilson Pavan e Noil – 1950
- Tênis – Minas Tênis Clube – Na foto, da esquerda para a direita: (Não identificada), Bertha Mendes Jeha, Lizete Meimberg – 1948
- XVº Aniversário do Minas Tênis Clube – Minas x Clube Regata Salanha da Gama. Vencedores dos 100 metros, nado de peito. Lola E. Gehard – MTC, Marlene Vieira – MTC e Dayse Gomes de Souza – Clube de Regata Saldanha da Gama (Santos) – 1950
- O "Tanque de Brinquedo" na Praça de Esportes – 1948
- 1ª Olimpíada do Minas TC – da esquerda para a direita: Roberto Alvarenga, Luiz Anastácio, Hugo Jacques e Mario Carneiro de Resende – 1950

Livros

Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais. *A indústria têxtil em Minas Gerais – Condições e Reequipamento*. 1965.

Departamento Econômico da Confederação Nacional da Indústria. *A indústria têxtil brasileira*. 1950.

Fundação João Pinheiro, *Omnibus – Uma História dos Transportes Coletivos em Belo Horizonte*, 1996.

IGLESIAS, Francisco. *Breve história econômica de Minas Gerais*. s/d.

Livros de memórias

ANDRADE, Carlos Drummond de. *Poesia e prosa*. 8 ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1992.

ANJOS, Cyro dos. *Menina do Sobrado*. Rio de Janeiro: J. Olympio; Brasília: INL, 1979.

NAVA, Pedro. *Beira mar: memórias* 4. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985. 3º ed.

Revistas

Revista *A cidade*, ano I, n. 1, 1931

Revista *Alterosa*, ano I, n. 1, 1939

Revista *Alterosa*, ano I, n. 3, 1939

Revista *Alterosa*, ano II, n. 8, 1940

Revista *Alterosa*, ano III, n. 20, 1941

Revista *Alterosa*, ano V, n. 34, 1943

Revista *América*, ano II, n. 3, 1948

Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 1, 1933

Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 7, outubro de 1933

Revista *Bello Horizonte*, ano I, n. 27, 1934

Revista *Belo Horizonte*, ano I, n. 29, 1934

Revista *Bello Horizonte*, ano II, n. 34, 1934

Revista *Bello Horizonte*, ano XIV, n. 184, 1946

Revista *Cacique*, ano I, n. 1, abril de 1937

Revista *Comercial de Minas Gerais*, n. 42, 1941

Revista *Cock Tail*, ano I, n. 1, 1935

Revista *Cultura*, ano I, n. 1, julho de 1938

Revista *Cultura*, ano V, n. 25, 1943

Revista *Ilustração Mineira*, ano I, n. 2-3, 1929

Revista *Leitura*, ano II, n. 8, 1940-1941

Revista *Leitura*, ano II, n. 20, fevereiro/março de 1942

Revista *Metrópole*, ano II, n. 13, 1939
Revista de *Minas*, ano I, n. 1, 1946
Revista *Minas Esportiva*, ano I, n. 2, dezembro de 1944
Revista *Minas Esportiva*, ano II, n. 13, 1946
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 1, 1941
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 2, 1944
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 3, 1944
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 4, 1944
Revista *Minas Tênis*, ano I, n. 5, 1944
Revista *Montanheza*, ano I, n. 5, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 7, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 9, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 13, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 14, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 15, 1936
Revista *Montanheza*, ano II, n. 26, 1936
Revista *Novidades*, ano VI, n. 74/75, maio de 1944
Revista *Novidades*, ano VI, n. 76, 1944
Revista *O Campeão*, ano I, n. 1, dezembro de 1949
Revista *O que há*, ano I, n. 1, 1939
Revista *Olímpica*, ano I, n. 2, 1949
Revista *Olímpica*, ano I, n. 10, 1944
Revista *Olímpica* – O Cruzeiro em foco, ano I, n. 3, 1949
Revista *Perspectiva*, ano I, n. 1, 1946
Revista da *Produção de Minas Gerais*, ano I, n. 2, 1937
Revista *Rex*, ano X, n. 9-10, 1943
Revista *Rex*, ano XI, n. 10-11, 1944
Revista *Silhueta*, ano I, n. 2, 1932
Revista *Vida Esportiva*, ano I, n. 2, 1946
Revista *Vida Esportiva*, ano II, n. 6, 1947
Revista *Vida Esportiva*, ano II, n. 12, junho de 1949

Revista *Vida Esportiva*, ano II, n. 14, 1949

Revista do 5º *Batalhão*, ano I, n. único, 1932

Arquivos

Arquivo Público Mineiro

Arquivo Público da cidade de Belo Horizonte

Centro de Memória do Minas Tênis Clube

Centro de Memória da Fiemg

Coleção Linhares – Coleções Especiais da Biblioteca Central da UFMG

Museu Histórico Abílio Barreto

Centro de Referência áudio visual de Minas Gerais (CRAV)

Cinemateca Brasileira