

BELA E SADIA! A MULHER NAS PÁGINAS DA REVISTA ALTEROSA (1939-1945) DURANTE O ESTADO NOVO E O PROCESSO DE AMERICANIZAÇÃO DO BRASIL

Gelka Barros

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar as estratégias discursivas presentes na revista ilustrada *Alterosa*. O intuito é compreender a construção do papel social da mulher brasileira, no período de 1939 a 1945, cenário que redefiniu o padrão corporal, conformando condutas sociais, por meio de valores morais baseados na ordem conjugal. A metodologia utilizada combina análise de conteúdo de texto e fotografia. O aporte teórico subsidia as reflexões, embasando-se em Scott (1995), Perrot (2000), Maia (2001), Del Priori (2003) e Matos (2003), agregando a especificidade contextual do Estado Novo em Goellner (2008) e Carvalho (2011). Para o entendimento das circunstâncias do processo de americanização buscou-se diálogo com Tota (2000). Da análise conclui-se que os discursos publicados sobre a mulher na revista, indiciando traços de uma educação do corpo, se alinhavam à cultura de massa norte-americana e ao projeto nacionalista do presidente Getúlio Vargas, conhecido por Estado Novo (1937-1945) e caracterizado pela centralização do poder, autoritarismo, populismo, nacionalismo e anticomunismo (Neto, 2013).

PALAVRAS-CHAVE

Papel social; mulher; corpo; Estado Novo; americanização

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the discursive strategies present on illustrated magazine *Alterosa*. The aim is to understand the construction of Brazilian woman's social role in the period 1939-1945, a scenario that has redefined the bodily standard, conforming social behavior through moral values based on marital order. The methodology used combines text content analysis and photography. The theoretical input subsidizes reflections, based on Scott (1995), Perrot (2000), Maia (2001), Del Priori (2003) and Matos (2003), aggregating contextual specificity from the New State in Goellner (2008) and Carvalho (2011). To understand the circumstances of the Americanization process it sought dialogue with Tota (2000). From the analysis it has been concluded that speeches published in the magazine about women, by indicating traces of a body education, lined with the US mass culture nationalist and with the project of President Getúlio Vargas, which was known as New State (1937-1945) and characterized by centralization of power, authoritarianism, populism, nationalism and anti-communism (Neto, 2013).

KEYWORDS

Social role; woman; body; New State; americanization

INTRODUÇÃO

A revista *Alterosa* foi criada em Belo Horizonte¹ no ano de 1939 pelo jornalista Olímpio de Miranda e Castro. De frequência mensal desde seu lançamento, possuía uma sucursal no Rio de Janeiro, capital federal naquela época. Periódico de variedades, de caráter literário e noticioso, entre suas seções figuravam principalmente contos e crônicas, entremeados por reportagens econômicas, políticas e sociais sobre o Estado de Minas Gerais, notas da sociedade mineira², humor, poesia, passatempos, entretenimento como o rádio e o cinema, prescrições sobre saúde, beleza e moda, além de anúncios publicitários. Em maio de 1943, passou a apresentar sumário e o *slogan* “Para a família do Brasil”. A *Alterosa* alcançou seu auge em torno dos anos 1950, quando sua tiragem chegou a 60.000 exemplares, circulando nacionalmente.

Neste artigo foram analisadas de forma sistemática todas as edições publicadas entre 1939 e 1945 disponíveis no acervo da Hemeroteca Municipal Luiz de Bessa, em Belo Horizonte. Os dados selecionados são provenientes de anúncios publicitários, coluna de aconselhamento, reportagens, coluna de beleza e seção de moda, que compõem parte do material destinado às mulheres na revista. A metodologia utilizada combina análise de conteúdo de texto e fotografia. A escolha deste modelo busca captar os processos de produção de sentidos presentes nas práticas sociais materializadas na *Alterosa*, por meio dos atos comunicacionais que, segundo Barbosa, caracterizam a correlação entre comunicação e história, na medida em que “a história é sempre interpretação feita a partir de quem, do presente, olha o passado. A história é sempre narrativa, algo que foi narrado no passado e que agora podemos re-narrar” (Barbosa, 2009, p. 24). Por se tratar da mulher e de seu papel social, o aporte teórico concentra-se nos estudos de gênero, para tanto, se baseia na concepção de que o gênero é “um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, (...) é um primeiro modo de dar significação às relações de poder” (Scott, 1995, p. 86). Nessa visão, Scott (1995, p. 86) compreende o poder por meio do conceito de Foucault, “como constelações dispersas de relações desiguais, discursivamente constituídas em ‘campos de força’ sociais”. Sendo o gênero a primeira manifestação das relações de poder, que se apresentam por meio do discurso, torna-se essencial a compreensão do modo pelo qual essas relações se expressavam na construção do papel social feminino da época. Portanto, além de identificar as representações da mulher na revista, é necessário o entendimento do cenário histórico e social que propiciou esse ideal de feminilidade.

Aproximadamente 40 anos após sua inauguração, em 1897, Belo Horizonte passou por um segundo processo de modernização, devido à sua expansão para além do perímetro urbano definido em sua planta de construção. Segundo Chacham (1996), o período de 1935 a 1947, conhecido como “o ciclo do Arranha-céu”, simbolizou uma nova

¹ Belo Horizonte é capital do Estado de Minas Gerais e foi a primeira cidade planejada do Brasil. O cenário de transferência da antiga capital Ouro Preto para a atual compreendeu a decadência da atividade mineradora aurífera na região e a mudança do regime político monárquico para a República, em 1889.

² Mineiro(a) é um termo usado para designar aquele ou aquilo que tem origem no Estado de Minas Gerais.

etapa de progresso na história da cidade. Em 1940, Juscelino Kubitschek³ foi nomeado prefeito e ficou no cargo até 1945. Neste ínterim, o espaço urbano e social continuava em plena transformação, intensificada pelo asfaltamento de ruas e avenidas, formação de Vilas e Bairros, saneamento e terraplanagem, a construção do complexo arquitetônico da Pampulha, a realização da Exposição de Arte Moderna, a criação do Museu Histórico da Cidade e do Instituto de Belas Artes (Cedro, 2006). De acordo com Cedro (2006), os empreendimentos de Juscelino abrangeram mudanças não apenas no âmbito material mas na esfera cultural, fundamentando o discurso de modernidade e progresso em coerência com a orientação do Estado Novo, “buscando inserir Belo Horizonte no mesmo contexto de modernização das principais cidades do mundo” (Cedro, 2006, p. 85). Cabe reforçar, de acordo com Souza (2002), o impacto da crescente atuação dos meios de comunicação de massa em Belo Horizonte. Segundo a autora, o rádio e, principalmente, as grandes salas de cinema em estilo norte-americano contribuíram para a transformação das subjetividades cotidianas e atuaram nos hábitos e nos costumes do cidadão belo-horizontino.

Atuaram neste processo as imagens do espaço físico da cidade que velozmente se transformava, o rádio nacional em expansão como *mass media* e a crescente americanização do país por meio da “Política de Boa Vizinhança” de Franklin Roosevelt, cujo principal elemento propagandístico era o cinema hollywoodiano. Cenário composto pela inserção da fotografia na cultura urbana da capital que, para além dos álbuns de família e cartões-postais, passou a ser exibida em profusão nas revistas ilustradas, e pelo discurso da *Alterosa*, que visava ser a “grande revista dos mineiros”, baseado em um dos elementos arregimentados para a construção da identidade regional, a família conjugal.

A REGULAÇÃO DO CORPO FEMININO

O Brasil, durante a Era Vargas, especificamente a partir de 1937, relata Tota (2000), vivenciava um processo de americanização que objetivava obter o alinhamento do país com o esforço de guerra dos EUA. Este cenário propagandístico era composto principalmente pelos meios de comunicação de massa, como o rádio e o cinema, que irradiavam a cultura norte-americana como referência de modernidade. A imprensa e a propaganda impressa também foram instrumentos utilizados para a “divulgação dos princípios do americanismo” (Tota, 2000, p. 54). Embora o autor mostre exemplos específicos do investimento norte-americano na produção das revistas *Em Guarda* (1941) e *Seleções* (1942), a atmosfera que foi criada pelo estreitamento das relações entre Brasil e EUA repercutiu na imprensa brasileira, que passou a publicar conteúdo norte-americano, de modo a acompanhar a atualidade dos acontecimentos no mundo.

No contexto turbulento da Segunda Guerra Mundial, a estratégia discursiva adotada pela *Alterosa* valorizava a ordem conjugal. Eram dos laços matrimoniais que afloravam os papéis definidos para a mulher branca, de classe média e alta: a mãe, a esposa

³ Juscelino Kubitschek foi presidente do Brasil de 1956 a 1961, período em que construiu a nova capital da federação, Brasília.

e a dona de casa. Submeter a mulher à autoridade masculina era essencial para a construção e a manutenção da família, o que estabelecia a ordem “natural” da sociedade. Da tutela do pai para a tutela do marido, a mulher, sob o julgo social, tinha a função de garantir o sucesso do seu matrimônio. De acordo com Maia (2001), a família conjugal, legalmente constituída pelo casamento burguês, acentuou-se durante a constituição da República. Regime político positivista que percebeu a família “como lugar estratégico para instaurar a ordem e disseminar o progresso” (Maia, 2001, p. 5). A publicidade e a moda, aliadas à indústria cinematográfica norte-americana, amplamente presentes nas páginas da *Alterosa*, que obtinha esse conteúdo da agência de notícias *Panamerican Press*, foram instrumentos auxiliares na construção do papel social feminino. O caráter persuasivo dos anúncios, cujo objetivo é convencer seu público-alvo, nesse caso, a mulher, se efetiva no plano material pela aquisição do produto, e no plano simbólico pela assimilação de uma ideia. O consumo de um produto significa adquirir as qualidades por ele ofertadas. Buitoni (2009, p. 29) destaca que o jornalismo feminino brasileiro, datado do século XIX, surgiu “situado entre a literatura e as ditas artes domésticas e tendo como função o entretenimento”. Diante desse perfil, a autora destaca o seu caráter secundário vinculado ao utilitarismo didático. Salvo alguns periódicos que tinham preocupação com a emancipação da mulher, a imprensa feminina hegemônica, ao longo do tempo, atuou de forma normativa visando lucro e tendo em mente não a mulher, mas a consumidora (Buitoni, 2009).

A regulação do corpo feminino tinha como propósito assegurar a ordem conjugal e era pautada por dois elementos que se correlacionavam: a beleza e a saúde.



Figura 1: Anúncio do regulador Veragridol
Fonte: Veragridol, 1939, p. 21

O regulador Veragridol assegurava à mulher as condições físicas para o cumprimento de seu papel social: “sem saúde a mulher nunca será sadia, formosa, nem feliz⁴” (Veragridol, 1939, p. 21). A beleza e a felicidade feminina dependiam de sua saúde, porém esses elementos não tinham valores nem finalidades em si, estavam vinculados à felicidade conjugal e à “alta missão que Deus confiou à mulher” (Veragridol, 1939, p. 21). Dessa forma, a felicidade da mulher dependia de sua capacidade de cumprir o seu destino na sociedade, gerar filhos. Reafirmada pela inserção da religiosidade, a condição natural da mulher precisava ser regulada para que ela cumprisse sua missão.

A fotografia que compõe o anúncio em preto e branco, como mostra a Figura 1, retrata uma bela mulher branca sorrindo, seu semblante é tranquilo. O sorriso, como índice de felicidade, em conjunto com o artifício da iluminação da face da estrela, tinha enorme apelo no imaginário social, logo, na construção da identidade feminina. Menezes (2012, p. 19) assevera que a propaganda “explora os valores sociais para construir no público-alvo as identificações necessárias para garantir o efeito de persuasão”. Assim, a imagem-modelo da estrela se configurava como uma estratégia de convencimento para a aquisição do produto e a assimilação da ideia vinculada a ele, na medida em que a estrela “fabricada” pelo cinema é “nela mesma, figura de moda enquanto ‘ser-para-a-sedução’” (Lipovetsky, 1989, p. 214). O uso da imagem de uma estrela de cinema norte-americana no anúncio de um produto nacional demonstra como a estética cinematográfica foi incorporada e reproduzida em larga escala na revista, por meio de imagens-modelo, como forma de educar a visualidade, e, por consequência, educando o corpo da mulher.

Os astros e estrelas foram transformados em “soldados” na luta contra um inimigo comum. Tota afirma que “o ‘patrotismo’ dos industriais do cinema na luta contra o Eixo era, também, uma oportunidade de obter lucros fantásticos. O mercado europeu estava fechado, restava o latino-americano” (2000, p. 66). O cinema *hollywoodiano* serviu à política exterior norte-americana, tanto para a adesão dos brasileiros ao alinhamento ideológico norte-americano, para suprimir o germanismo no Brasil, como para a introjeção dos valores culturais, visando a abertura de mercado para bens materiais. A liberdade propagada pelos norte-americanos não significava somente um alinhamento político para deter o Eixo, mas também intencionava a forja de modos de conduta para adesão aos valores liberais. Ela encobria fins econômicos e transformava a cultura em um produto mercadológico. Como aponta Tota: “o processo de americanização pelo cinema efetivava-se pelo mercado” (2000, p. 132).

A regulação do corpo feminino se estendeu aos cuidados íntimos, dirigidos à contenção da proliferação de microorganismos em conjunto com a desodorização do corpo. O Ginorol, produto dos Laboratórios Granado, era indicado para a higiene das senhoras. “Delicadamente perfumado” (Ginorol, 1939, p. 28), tinha ação antisséptica, bactericida e desodorizante. O corpo limpo e perfumado fazia parte dos preceitos higiênicos que correspondiam ao ideal de desenvolvimento da nação, porém, a higiene não se limitava simplesmente à regulação do organismo ou à correção de hábitos visando o asseio do corpo, mas, igualmente, à correção estética.

⁴ A grafia das citações referentes à revista *Alterosa* está de acordo com a redação original. Esta opção visa manter a integridade absoluta do texto.

O sabonete Araxá vinculava o asseio e a desodorização do corpo ao bem-estar feminino. As propriedades do sal e da lama de Araxá⁵ eram responsáveis pela correção das imperfeições da pele, e prometiam beleza, saúde e juventude:

um banho com sabonete Araxá proporciona indizível bem estar e mantém o corpo permanentemente perfumado! Os sabonetes Araxá, fabricados com o sal e a lama do Araxá, universalmente conhecido por suas virtudes terapêuticas e no tratamento da pele extinguirá todos os defeitos que prejudicam sua cútis, dando-lhe saúde, mocidade e beleza! (Sabonete Araxá, 1939, p. 72)

A preocupação com a aparência saudável estava contornada pelos ares de juventude, e a beleza, além de poder ser adquirida, podia ser corrigida. A concepção de correção abria margem para o uso de instrumentos de disciplinamento do corpo feminino, para que ele cumprisse seu destino no ideal de construção da nação.

A normatização do corpo da mulher requeria a correção de hábitos e a introjeção das regras que regiam a instituição matrimonial. Para a gerência do casamento e do lar, o comportamento da mulher foi direcionado ao controle de suas emoções, pois disso dependia a educação de seus filhos e a representação da imagem social de seu marido. O caminho pelo qual se alcançava a felicidade conjugal era “marcado com ‘carater’, ‘contrôle’, ‘paciência’, e ‘bom humor’” (Norris, 1940, p. 136). O autocontrole exigido da mulher era acompanhado pelo comedimento nos gastos financeiros, nos gestos e na aparência. Nesse sentido, qualquer ingerência poderia resultar no fracasso do matrimônio, sempre atribuído a ela. Acompanhando o pensamento de Perrot (2003, pp. 13-22), é por meio da educação que se forma bons hábitos e se produz boas esposas, mães e donas de casa. De acordo com a autora, trata-se de uma construção sociocultural da feminilidade, anteriormente analisada por Simone de Beauvoir, na obra, *O segundo sexo*, de 1949. Fundamentada na diferença entre os sexos, ela engendra elementos como a contenção, a discrição, a doçura, a passividade, a submissão, o pudor e o silêncio. Perrot distingue educação de instrução, sendo que a primeira seria a formação de hábitos, e a última acesso ao saber. É essa concepção de educação que, a meu ver, auxilia a discussão sobre o papel social da mulher. Nesse sentido, pode-se dizer que a educação da mulher se dava via controle corporal, a partir do momento em que tanto os discursos científicos como os políticos atuavam diretamente sobre o seu corpo.

Para o controle dos “humores femininos”, os Laboratórios Granado ofereciam a Água de Melissa (Água de Melissa, 1941, p. 73), medicamento exclusivo para as palpitações nervosas, as emoções violentas, as insônias e as síncope da mulher. Da relação estabelecida entre o útero e o estado físico e emocional feminino, Matos esclarece que “o discurso médico destacava a conexão entre o útero e o sistema nervoso central, bem como as relações entre o ciclo reprodutivo e os estados emocionais femininos” (2003, p. 114). Dessa forma, os medicamentos direcionados para a mulher serviam tanto para

⁵ Araxá é um município ao sul do Estado de Minas Gerais, conhecido pelas águas medicinais de suas estâncias termais.

a regulação do seu organismo como para controlar o seu estado emocional, dirigindo seu comportamento. Uma correção da natureza feminina em prol da otimização de seu corpo e espírito. De acordo com Berger (1999), a representação do papel social feminino que figura desde a pintura renascentista ocidental, e, posteriormente, se propagou pelas fotografias dos anúncios publicitários, trata do que a mulher pode ou não fazer. O comportamento feminino está vinculado ao modo pelo qual a mulher aparece para as outras pessoas. Isso significa que o cuidar-se para si tinha um sentido maior, o de cuidar-se para o outro, ser “objeto de uma vista”. Diferentemente do homem que atua, a mulher aparece, e esse modo de aparecer deve ser apreciado. Dessa forma, o ideal de beleza era um capital que a mulher dispunha para a cena no jogo social, e foi através dele que o controle sobre seu corpo se efetivou ao longo dos tempos.

O uso do sabonete Lever garantia a “alvura perfeita” da pele. A “linda” Dorothy Lamour (Paramount) sempre usava o produto. “No momento em que a deliciosa espuma de Lever acariciar sua pele, você entrará na posse do segredo de beleza das estrelas!” (Sabonete Lever, 1945, p. 119). A espuma que acariciava a pele era o veículo que transmitia a beleza (limpeza) das estrelas de cinema para as outras mulheres. O valor positivo dado à alvura associava a limpeza ao branco, o que transmitia a ideia de purificação. No *slogan* da Gessy, esses valores eram evidentes: “50 anos a serviço da Eugenia e da beleza!” (Sabonete Gessy, 1945, p. 59).



Figura 2: Anúncio do sabonete Gessy
Fonte: Sabonete Gessy, 1945, p. 59

O texto do anúncio destacava, na constituição do produto, elementos “puros” e a propriedade “tonificante” e “rejuvenescedora” da pele. A mensagem indicava que os preceitos higiênicos voltados à mulher tinham um significado maior. Além do asseio ser essencial para a gestação de uma prole sadia, a limpeza estava associada a um conceito de embranquecimento (e suposto fortalecimento) da raça, sendo sinônimo de pureza e beleza.

A Figura 2 apresenta uma mulher branca, seu rosto expressa serenidade e concentração. A fotografia parece ter sido realizada em estúdio. A luz controlada é essencial para exibir uma pele limpa e sadia, fatores de beleza. Sua postura destaca, ainda, a mão esquerda, onde um anel de pérola no dedo anular sugere uma aliança de casamento. O uso do produto de higiene reforça a ideia de asseio (limpeza), tanto para a mulher contrair matrimônio quanto para gerar uma prole sadia. E mais, seriam essas mulheres brancas e limpas o ideal de feminilidade a ser propagado para o progresso da nação. Para isso, era necessário inculcar na mulher, além dos hábitos higiênicos, a representação imagética desse ideal.

Em vista disso, os silêncios que envolvem o feminino pesam “primeiramente sobre o corpo, assimilado à função anônima e impessoal da reprodução” (Perrot, 2003, p. 13). A partir dessa visão, se entende que o papel social da mulher era determinado biologicamente, e, por isso, foi naturalizado. Assim, o cuidado de si se estendia ao cuidado do outro, em seu núcleo familiar, na esfera privada, lugar de reprodução, pela divisão sexual do trabalho. Porém, do entrelaçamento desses “cuidados”, diante da conjuntura da Segunda Guerra Mundial, surgiu a possibilidade de sua atuação na esfera pública.

A MULHER CÍVICA E O ESPAÇO PÚBLICO

O ingresso da mulher no mercado de trabalho estava marcado pelos discursos que o temiam como ameaça à família e desejavam o seu retorno ao lar, pois a esfera pública era domínio masculino, lugar da produção. Nesse período ainda vigorava o Código Civil de 1916 que, segundo Maluf e Mott (2004), perpetuou a subordinação feminina ao homem, ao submeter seu direito ao trabalho à autorização do marido, ou, em alguns casos, ao juízo legal. Ao final de 1942 e durante 1943, várias reportagens do periódico sobre a mulher e sua participação no conflito mundial afloraram o debate sobre o papel social feminino no espaço público. Durante esse tempo em que a *Alterosa* apresentou as “conquistas da mulher”, o reforço de seu papel central como gestora da família esteve presente e as estratégias discursivas eram ambíguas, tendo em vista que o caráter conservador era hegemônico na revista.

Em grande medida, o trabalho feminino fora do âmbito familiar era aceito quando estava ligado à necessidade de obter recursos materiais. A diferença entre os trabalhos que podiam ser exercidos pela mulher estava associada à sua condição social. A mulher sem recursos financeiros sempre trabalhou, e as mulheres de classe média e alta exerciam trabalhos relacionados à ideia de cuidar do outro, como professoras e enfermeiras, esses ofícios eram tidos como legítimos, pela naturalização do “dom feminino

de doação”. Nesse sentido, a assistência social, vista como um ofício feminino, se fortaleceu durante o esforço de guerra brasileiro. O ingresso do Brasil na Segunda Guerra Mundial, em agosto de 1942, foi acompanhado por alguns atos governamentais, dentre eles, a criação da Legião Brasileira de Assistência (Simili, 2006). Dirigida pela primeira dama Darcy Vargas, a instituição assistencial tinha o propósito de amparar as famílias dos soldados brasileiros convocados para o esforço de guerra do país.

Uma das matérias publicadas pelo periódico sobre a participação feminina no esforço de guerra não esclareceu exatamente como eram realizadas essas atividades. Seu foco concentrou-se em apresentar o desenvolvimento da “consciência cívica da mulher mineira”, juntamente a uma “onda enérgica de patriotismo” que envolveu toda a sociedade. Essa atmosfera de civismo era reforçada pelo uso de uniformes que identificavam quem trabalhava na Legião Brasileira de Assistência ou na Cruz Vermelha. O uniforme como um código visual ganhou a finalidade de propagar os valores patrióticos e a disciplina que orientava a contribuição feminina no conflito, servindo de símbolo para a mulher cívica que detinha a função maternal:

as samaritanas de Liberdade deixaram de lado as suas vaidades e compreenderam as razões porque é necessária a máxima renúncia. As mães se disse que guardassem suas lágrimas porque os seus filhos estão abençoados pela Pátria. As noivas estão vendo seus amados partindo para o quartel e se eles não voltarem ficarão para sempre como noivas de heróis. (A contribuição da mulher mineira ao esforço de guerra do Brasil, 1943, p. 73)

O trabalho voluntário, visto como muito necessário naquele momento, requeria sacrifícios pelo amor à Pátria. A renúncia e o ato de cuidar do outro eram parte do papel da mulher, por isso esse trabalho era destinado a ela. A Pátria, como um ente divino, abençoaria e glorificaria a todos que cumprissem seus papéis em sua defesa. Dessa forma, o quadro de voluntariado feminino contribuiu tanto para a assistência social quanto para a propaganda política brasileira durante o esforço de guerra.

Argumentos semelhantes foram publicados em outra matéria (Pinto, 1943, p. 66) sobre a Campanha Nacional de Aviação, em que a mulher mineira apoiava o país sendo uma “enfermeira do ar”, ou na “defesa passiva anti-aerea”. O uso de distintivos da Fraternidade do Fole ou da Força Aérea Brasileira reforçavam os valores patrióticos e o papel da mulher no cuidado com o outro.

A Figura 3 mostra a Srta. Hortência Mendes de Oliveira e Freitas posando ao lado de um cartaz que apresenta a expressão “unidos para a vitória”, em caixa alta. A letra V (de Vitória) em corpo maior que as demais incide sobre a suástica nazista. Ela sorri, com a mão direita faz o símbolo da paz, e com a esquerda indica o distintivo da Fraternidade do Fole. Não existe nenhum artifício de iluminação semelhante à estética cinematográfica, e quem se apresenta na imagem não é uma estrela de cinema, atestando a participação de pessoas comuns no esforço de guerra, assim como foram exibidas outras senhoritas da sociedade mineira que eram brevetadas (Figura 4).



Figura 3: O apoio da mulher mineira à Campanha Nacional de Aviação
Fonte: Pinto, 1943, p. 103

Nomear as senhoritas e exibir suas imagens nas fotografias aponta uma estratégia da *Alterosa*, alinhada ao nacionalismo do governo Vargas, de produzir a adesão feminina. No intuito de arregimentar voluntárias para a causa, a “bravura” das moças que fizeram o curso de pilotagem foi utilizada para motivação, como mostra a Figura 4: as senhoritas Maria Helena Salvo de Souza e Eni de Andrade, da esquerda para a direita, paramentadas para tal fim. A bravura como característica masculina foi atribuída à mulher de modo a elevá-la a uma condição de participação no conflito. Embora elas não fossem atuar diretamente na guerra, foi nutrido esse sentimento de patriotismo para direcionar a mulher ao papel desejado, e assim criou-se a figura da “enfermeira do ar”.



Figura 4: O apoio da mulher mineira à Campanha Nacional de Aviação
Fonte: Pinto, 1943, abril, p. 103

O texto da matéria exibiu uma fala feminina como representante das mulheres, sem creditar a autoria:

não podemos lutar como os homens, tomar parte ativa nos combates do espaço (...). Acham que a missão é pesada demais para nós, acham que é demasiado sacrifício para as mulheres policiar os ares (...). Pois sejamos, então, as enfermeiras do ar. (Pinto, 1943, p. 103)

Claramente, o que se esperava da mulher era o cuidado com o outro, por isso, sua natureza “frágil e passiva” (apesar de sua bravura) foi usada como argumento para coibir sua atuação direta no conflito. Segundo Simili (2006), o projeto de formação de defesa passiva visava preparar as mulheres para cuidar dos bens materiais e simbólicos do país. Nesse sentido, os cuidados com a família foram estendidos para o espaço público, para a nação.

Nesse momento, o debate sobre o ingresso crescente da mulher mineira ao ensino superior (*A mulher mineira invade a Universidade*, 1943, p. 129) e ao mercado de trabalho (Montanhez, 1944, p. 78) fez com que a revista publicasse outras matérias sobre a atuação da mulher no espaço público. Um dos fatores dessa mudança foi a troca cultural com os norte-americanos. Não que a mulher americana fosse emancipada, ao contrário, o papel social esperado dela era semelhante ao da brasileira, mas sua atuação durante o esforço de guerra foi ativa, e isso pode ter sinalizado a diferença. Enquanto as norte-americanas atuaram diretamente para suprir a carência em diversos setores econômicos, devido ao envolvimento direto do seu país no conflito, o que envolveu a qualificação e instrução dessas mulheres, as brasileiras de classe média e alta atuaram na caridade e no comércio. Mesmo diante dessa diferença, houve alguma mudança na visão sobre a atuação feminina na esfera pública no Brasil, visto que a cultura norte-americana era tida como moderna.

Em uma das reportagens sobre a guerra, em face a algumas vitórias dos Aliados, se cogitava como seria o mundo após o término do conflito. O anúncio de que esse era o momento das mulheres mostrou que, de alguma forma, a visão sobre a mulher foi alterada durante o conflito. O texto afirmava que a reconstrução dos países envolveria a presença de todos, sem distinção de classe, raça, idade ou gênero:

esse será também o momento das mulheres. Estarão livres de uma grande série de preconceitos e se colocarão junto de seus companheiros, lutando lado a lado, falando a mesma linguagem produtiva e segura e ocuparão os mesmos lugares, porque representarão a mesma força humana que o homem. (Novos horizontes para a mulher, 1943, p. 18)

A lacuna econômica aberta pela guerra oportunizou a atuação da mulher na sociedade, de modo que ela pôde demonstrar sua capacidade de exercer trabalhos fora da esfera doméstica. Provavelmente, essa foi a razão da previsão de sua equiparação na força produtiva e humana, ainda que evidenciando a permanência de distintivos sexuais, visto que, em outro momento, o texto referiu-se à mulher como “sexo fraco”. Além disso, o

discurso indicava que, até então, havia desigualdade não só entre os gêneros, mas entre as classes e as raças. A reportagem exibiu como modelo as norte-americanas, técnicas de espectrografia na Chrysler Corporation, instrutoras de voo da United Air Lines e engenheiras da Cia. Monsanto Chemical, afirmando que o caminho para aproveitar essa chance era estudar, “a palavra de ordem que foi ditada não por chefes, mas pelo momento, pela evolução do mundo” (Novos horizontes para a mulher, 1943, p. 19).

A atuação da mulher no espaço público tensionava seu papel social no ambiente privado. A preocupação com a disputa no mercado de trabalho era vista como um empecilho à formação de novas estruturas familiares baseadas no modelo conjugal. Nesse sentido, o reforço permanente dos papéis sociais de cuidadora (mulher) e provedor (homem) se justificava, pois a família era tida como um modelo social estável, e a flexibilização desses papéis arriscava a construção dos valores da nação.

O CORPO BELO E VIGOROSO PARA O APRIMORAMENTO DA RAÇA

A valorização de hábitos saudáveis significava civilizar a nação. O corpo como vetor das condicionantes modernas exigia educação para corresponder a esse modo de vida, bem como para expressar e disseminar seus valores intrínsecos. Em Minas Gerais, nas décadas de 1930 e 1940, foi delegado ao saber médico “o poder e o dever de sanear o corpo social por meio da educação higiênica e da Eugenia”, de acordo com Carvalho (2011, p. 4). “A intenção de fortalecer o corpo feminino mediante a prática de atividades físicas objetivando prepará-lo para a condução de uma maternidade sadia”, relata Goellner (2008, p. 12), ocorreu em diversos países como Argentina, Alemanha, Estados Unidos, Reino Unido, França, Itália, Espanha e Portugal. Dessa forma, a atuação do poder público na formação da mulher brasileira encontrou sintonia com o modelo cultural norte-americano que, em meio ao processo de americanização do país, foi propagado primordialmente pela indústria de cinema *hollywoodiana*.

O poder público estadual fomentou a prática da cultura física através de um conjunto de medidas; a mais emblemática, dentre elas, foi a criação do Minas Tênis Clube. Segundo Rodrigues et al. (2014), o clube, criado em 1935, e inaugurado em 1937, foi construído pela Prefeitura de Belo Horizonte e arrendado por um grupo da elite política e econômica da cidade. A notícia publicada na revista sobre o clube apresentava as quadras de vôlei e tênis, equipamentos para exercícios físicos, e a piscina, com destaque para o trampolim, sugerindo o vigor com o qual o Estado exercia as ações voltadas ao aprimoramento físico. Suas atividades, apoiadas pelo governo mineiro, eram “uma grande obra de eugenia e civilização” (Umas das mais vastas realizações da energia mineira!, 1939, p. 51). Segundo Goellner (2008), a educação física e o esporte eram os pilares do projeto varguista de engrandecimento da Pátria, que visava o fortalecimento da população, a depuração racial e a construção de um sentimento de identidade nacional. Os esforços empreendidos criaram condições de educar, fortalecer e aprimorar o corpo feminino da mulher branca como instrumento de regeneração física e racial da população. Desse modo, o esporte feminino foi institucionalizado como preparação

para a maternidade sadia, ao mesmo tempo que possibilitou o ingresso da mulher na esfera pública.

O gosto pela atividade física se desenvolveu como uma prática moderna de cultivo do corpo, proporcionando uma forma de divertimento em Belo Horizonte. Embora a mulher integrasse a mudança de hábitos na capital, existia a preocupação com a manutenção de sua feminilidade. A mineira “também participou desse movimento, sem que fossem diminuídos os seus predicados de graça, de austeridade, de virtudes. Á sua robustez moral, aliaram-se as qualidades de resistência física, de elegância e plástica” (O calor convida as piscinas, 1939, p. 68). O fato de reservar um trecho da matéria para esclarecer que a mulher mineira não tinha perdido seus atributos indicava que existia alguma resistência por parte da sociedade quanto à atuação da prática física feminina. O esporte, que conferiu à mulher certa emancipação na esfera pública, retinha condicionantes relativos à sua função social. O exercício corporal deveria fortalecer o corpo feminino sem alterar sua imagem de mulher maternal, bela e feminina, “sem lhe destituir a harmonia das formas, a beleza e a graciosidade” (Goellner 2008, p. 14).

A imagem da beleza e da elegância da mulher era reproduzida pela moda, por meio da introdução de novidades sazonais, que indicavam sua forma de uso, no conjunto dos sentidos que orientavam a mentalidade da época. Os “lindos” modelos esportivos eram usados pelas estrelas “nos dias calidos de verão, (...) nas piscinas, nas quadras de tenis e passeios campestres” (O calor convida ao esporte, 1939, p. 102). Diferentemente das outras imagens apresentadas anteriormente, a seção de moda do periódico geralmente apresentava uma composição com diversas fotografias que mostravam as estrelas de corpo inteiro, de maneira a exibir os modelos de vestimenta. A Figura 5 apresenta três modelos diferentes, em cenas que tentam reproduzir as estrelas ao ar livre, mas é perceptível o uso de recursos cenográficos. As jovens não usavam trajes específicos para os esportes mencionados, e suas poses não remetiam à prática esportiva, indicando que o interesse da matéria era propagar a imagem de corpos belos e sadios, conquistados através da prática de exercícios físicos. Uma nova aparência corporal, um novo modo de vestir, um novo estilo de vida. Nota-se, inclusive, que uma das estrelas estava de “saltos altos”, um elemento de fetiche da moda, signo de sedução e elegância. A ilustração do sol sorrindo e irradiando seu calor sobre os corpos, sinalizando saúde e vitalidade, convidava ao esporte no verão.

A moda, sob o impacto do esporte, transformou a aparência feminina. De acordo com Lipovetsky, a grosso modo, a partir da década de 1920, o *sportwear* passou a ser usado para passeios ao ar livre na cidade, e não somente para a prática esportiva. Aos poucos, esses trajes foram desnudando os corpos, principalmente o feminino. O corpo natural se mostra sem as trucagens excessivas do vestuário anterior, o que implicou nas mudanças das linhas dos trajes, criando um novo ideal estético de feminilidade, a mulher esguia, esbelta e moderna, aquela que praticava esportes (Lipovetsky, 1989, pp. 76-77).



Figura 5: O calor convida ao esporte
 Fonte: O calor convida ao esporte, 1939, p. 102

O texto da matéria prosseguiu “estamos certos de que a leitora dirá conosco: vale a pena andar assim também em Belo Horizonte, pois o nosso verão não fica nada atrás do calor da Califórnia...” (O calor convida ao esporte, 1939, p. 102). A afirmação da paridade entre a cidade de Belo Horizonte e o Estado da Califórnia sugeria a confluência de interesses na adoção do modelo cultural norte-americano, na tentativa de composição da mulher mineira. Buitoni assinala que a fotografia junto ao texto se tornou um grande atrativo nas revistas, principalmente as femininas, pois “a imagem vira texto, com séries de fotos construindo verdadeiras ‘frases visuais’; e o texto vira imagem quando recorre a figuras de estilo que nos fazem visualizar a pessoa ou a cena, ou sugerem emoções e sentimentos” (1986, p. 19). Campos (2008) relata que a fotografia foi incorporada ao cotidiano de Belo Horizonte por volta de 1940, após a profissionalização do campo da fotografia na cidade. De acordo com a autora, a fotografia é um artefato que se configura como produto e produtor de hábitos sociais. Isto posto, a cultura fotográfica pode ser entendida para além da prática social, sendo um modo de representação do mundo e da sociedade, característicos do princípio da visibilidade moderna, o ver e ser visto. Nesse contexto, a *Alterosa*, por meio de sua estratégia discursiva identitária, utilizou a fotografia profusamente como disseminadora de valores no corpo social da cidade, em conjunto com os ideais do Estado Novo e as imagens da cultura industrializada norte-americana, que serviram para a difusão do exemplo de mulher exigida para o ideal de nação.

O padrão estético ora imposto não era plenamente aceito. Patrícia Lindsay⁶, colunista de beleza, respondendo a um grupo de jovens leitoras que criticavam a beleza da figura feminina alta e delgada, afirmava que a moça da nova geração parecia mais alta que as anteriores. A fotografia que acompanhava a matéria mostrava uma mulher branca esguia e esbelta, com a seguinte legenda: a verdadeira beleza é alta e delgada. A defesa desse modelo estético usava o argumento de veracidade, negando a outras estéticas a possibilidade de uma beleza real, tratando-as como enganosas. Segundo o texto, “na tendência feminina para a escassez de carnes, não ha somente o propósito de parecer bem na moda, mas também o de melhorar a saúde” (Lindsay, 1941, p. 10). O objetivo não era somente corresponder a um modelo pautado na moda, ou seja, parecer magra. Era necessário tornar o corpo sadio. O dinamismo dos novos tempos exigia corpos ágeis e a gordura era a grande vilã da eficiência, associada ao envelhecimento e feiura do corpo. Dessa forma, a prática física e a dieta alimentar se tornaram condutas obrigatórias para uma vida saudável, cuja maior expressão era a esbeltez. A colunista menciona que as moças críticas desse modelo de beleza retaliavam as magras, referindo-se a elas como parecidas com seus irmãos. Um comportamento misógino circunscrito ao universo feminino, que relacionou o modelo de beleza à masculinidade, desqualificando-o, e assemelhando-se aos discursos que viam a perda de feminilidade da mulher esportiva.

Uma seção de fotos nas dependências do “Minas Tennis Club” definia como era essa mulher. A *Alterosa* apresentou a imagem da “bela” estrela da R.K.O Radio, Frances Nell, para demarcar qual era o tipo de mulher que se pretendia formar e para demonstrar qual era o padrão a ser seguido.



Figura 6: Frances Nell, estrela da R.K.O Radio
Fonte: Minas Tennis Club, 1941, p. 46

⁶ Patrícia Lindsay relatava seus conselhos a suas leitoras dos EUA. Embora o conteúdo norte-americano retratasse a realidade daquele país, esta não parecia incompatível com a brasileira, tendo em vista o discurso universal ocidental sobre a representação do feminino fundado no determinismo biológico, cujas raízes remontam à filosofia grega. Representações adotadas pelas grandes religiões monoteístas do Ocidente que foram reforçadas ao longo do tempo pela política e pela medicina (Perrot, 2003, pp. 20-21).

Parte da legenda da fotografia dizia “na fotografia acima, dá-nos bem uma ideia da especie de mulher que se está formando em Minas Gerais. Bela, sadia e forte” (Minas Tennis Club, 1941, p. 46). A Figura 6 mostra uma mulher bela, branca e esbelta, sorrindo ao sol. Esses eram os ingredientes para a preparação de uma espécie. A estrela está deitada sob o sol, vestida de maiô, seu corpo se apoia no braço direito, e seu olho direito está fechado. A fotografia sugere um flagrante. Ao ser abordada, a estrela inclina seu corpo e olha para cima, na tentativa de ver quem a abordava. Desse movimento derivam seu apoio corporal e o cerrar de um dos olhos. Porém, ela não tampa os olhos com as mãos porque seu rosto era o objetivo da realização da imagem. A ideia era indicar que havia outras mulheres com esse padrão de beleza circulando nas agremiações esportivas de Belo Horizonte, e isso parecia ser o suficiente para atestar o “sucesso” do projeto de aperfeiçoamento da raça e incentivar a adesão das jovens mineiras. Menezes (2012, p. 23) afirma que a imagem da mulher, sobretudo na propaganda, passa pela apropriação de seu corpo, que é definido por valores, exigências e interesses da classe hegemônica. Assim, é ele que sustenta valores socioculturais e legitima os projetos do poder político e econômico.

A defesa da prática física da mulher estava pautada na instrumentalização de seu corpo para o aprimoramento do povo brasileiro “façamos do Esporte, com a magnificência de suas virtudes inegáveis, parte integrante da educação feminina das filhas do Séclo, para maior gloria da mulher, para maior esplendor da raça” (Esporte como fator de beleza, 1942, p. 46). Em seu desejo de beleza, a mulher foi instigada a corresponder ao ideal de belo que incorporava o vigor. Nas palavras da *Alterosa*, o “tipo de Venus” que dominava “o sentimento universal de beleza” (Guiomar Marlane e a arte de ser bela, 1943, p. 38), naquela época, era a cantora brasileira⁷ Guiomar Marlane. “A mulher de hoje, para ser bela, deve ser antes de tudo forte. Esportiva, esbelta, dona de movimentos rapidos e faceis, a mulher moderna, dansa, nada, faz ginástica e trabalha” (Guiomar Marlane e a arte de ser bela, 1943, p. 38). A norma estética transformou o corpo feminino, anteriormente considerado frágil, em um corpo forte, sinônimo de beleza. Dessa forma, a mulher moderna movimentava-se ao ar livre (fora da esfera doméstica), exercia uma profissão e exercitava seu corpo. Esse padrão estético e ideológico, propagado energicamente, construiu a mulher ideal que procurava “realizar a beleza integral, no dinamismo da concepção da vida moderna, criando a mentalidade do rejuvenescimento espiritual na prática salutar dos esportes ao ar livre” (Silhuetas tentadoras, 1945, p. 76). A concepção de beleza integral, naquela época, foi elaborada para acompanhar o ritmo moderno, no qual corpo e mente rejuvenesciam pela prática esportiva. As fotografias dos corpos “belos, elegantes e ágeis” das estrelas de cinema, trajando moderno vestuário, eram ícones de perfeição que atestavam o caminho a ser seguido.

Esse sistema de imagens (visuais e verbais) compartilhado pela moda e pela publicidade, de forma didática, transmitia nas entrelinhas os valores do modelo conjugal, a crença na ciência e na técnica, a consagração da higiene e da saúde como fatores de

⁷ O rádio nacional era apresentado no periódico nos mesmos moldes estéticos da cultura de massa norte-americana. Dessa forma, as rainhas do rádio eram equiparadas às estrelas de cinema.

beleza, e mais, propagava que o Brasil se civilizava por sua aproximação com a cultura norte-americana, apresentada e vista como modelo de progresso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos limites deste texto não foi possível abordar todos os aspectos envolvidos no projeto de formação da “nova mulher brasileira”. Por isso, foram apresentados e analisados alguns indicadores do projeto nacional que tinha a mulher como elemento principal para o aprimoramento do povo brasileiro, demarcando como esse processo foi propagado pela revista *Alterosa*, por entender que o periódico pretendia afirmar a identidade regional, no interior da política nacionalista do Estado Novo, por meio do valor identitário - a família conjugal.

O cenário composto pelo estreitamento das relações entre o Brasil e os EUA, devido à confluência de interesses entre os países e o consequente alinhamento ideológico sobre o papel social da mulher, criou um ambiente propício à legitimação de um ideal de feminilidade, cujo símbolo utilizado para a persuasão foi a estrela do cinema hollywoodiano. As estratégias discursivas presentes na revista conduziam, estimulavam e induziam à desodorização, correção e fortalecimento do corpo, ao controle do humor, à normatização do comportamento da mulher branca, de classe média e alta, afirmando seu lugar de destino na esfera privada. O que não pareceu previsto no projeto da “nova mulher” foi sua crescente atuação na esfera pública, em decorrência do trabalho e do esporte, o que tensionou o seu papel na esfera doméstica. O reforço permanente de distintivos sexuais indicava a preocupação com a manutenção da ordem conjugal.

A noção de saúde gerida pela coerção do padrão de beleza ora estabelecido regulava as condutas visando a maternidade sadia, fruto do aperfeiçoamento da raça. Esse foi o sentido que norteou esse sistema hegemônico de representação, no qual a fotografia, como parte integrante do processo de educação corporal, foi essencial na construção da imagem da “nova mulher”, devido à sua credibilidade como documento de determinada realidade. Essa era a mulher moderna propagada pela revista *Alterosa*: Bela e sadia! ✍

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A contribuição da mulher mineira ao esforço de guerra do Brasil (1943, março). *Alterosa*, 5(35), p. 73.

A mulher mineira invade a Universidade (1943, novembro). *Alterosa*, 5(43), p. 129.

Água de Melissa (1941, dezembro). *Alterosa*, 3(21), p. 73.

Barbosa, M. C. (2009). Comunicação e história: presente e passado em atos narrativos. *Comunicação, mídia e consumo*, 16, 11-27. Retirado de <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/154/155>.

Berger, J. (1999). *Modos de Ver*. Rio de Janeiro: Rocco.

Buitoni, D. H. S. (1986). *Imprensa feminina*. São Paulo: Ed. Ática.

- Buitoni, D. H. S. (2009). *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus.
- Campos, L. C. M. (2008). “Instantes como estes serão seus para sempre”: práticas e representações fotográficas em Belo Horizonte (1894-1939). Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil.
- Carvalho, K. A. (2011). Em busca do tipo ideal: a perspectiva de reforma social dos médicos sanitaristas mineiros (1930-1940). *Revista Ágora*, 12, 1-21.
- Cedro, M. (2006). A administração municipal do prefeito Juscelino Kubitschek: estética e planejamento da cidade de Belo Horizonte na década de 1940. *Oculum ensaios*, 5, 81-91. Retirado de <http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/oculum/article/view/390>
- Chacham, V. (1996). A memória urbana entre o panorama e as ruínas: a rua da Bahia e o Bar do Ponto na Belo Horizonte dos anos 30 e 40. P.183-230. In E. F. Dutra (Ed.), *BH: horizontes históricos* (pp. 183-230). Belo Horizonte: C/ Arte.
- Del Priori, M. (2000). *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Senac.
- Esporte como fator de beleza (1942, setembro). *Alterosa*, 4(29), p. 46.
- Ginorol (1939, dezembro). *Alterosa*, 1(5), p. 28.
- Goellner, S. V. (2008). As mulheres fortes são aquelas que fazem uma raça forte: esporte, eugenia e nacionalismo no Brasil no início do século XX. *Recorde*, 1. Retirado de <https://revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/article/view/790>
- Guiomar Marlane e a arte de ser bela (1943, fevereiro). *Alterosa*, 5(34), p. 38.
- Lindsay, P. (1941, abril). A moça delgada nada tem a ver com a moça magra. *Alterosa*, 3 (13), p. 10.
- Lipovetsky, G. (1989). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Maia, C. J. (2011). Genealogia da solteirona no Brasil. Comunicação apresentada no XXVI Simpósio Nacional de História, São Paulo.
- Maluf, M. & Mott, L. (2004). Recônditos do mundo feminino. In N. Sevcenko (Ed.), *História da vida privada no Brasil* (pp. 367-421). São Paulo: Companhia das Letras.
- Matos, M. I. S. (2003). Delineando corpos: as representações do feminino e do masculino no discurso médico. In M. I. S. Matos & R. Soihet (Eds.), *O corpo feminino em debate* (pp. 107-127). São Paulo: Unesp.
- Menezes, D. (2012). Construções da imagem feminina na propaganda: para além do efeito persuasivo. *Comunicação e Sociedade*, 21, 19-38. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/697>
- Minas Tennis Club (1941, abril). *Alterosa*, 3(13), p. 46.
- Montanhez, R. (1944, maio). As mulheres vencem na luta pela vida. *Alterosa*, 6 (49), p. 78.
- Neto, L. (2013). *Getúlio: Do Governo Provisório à ditadura do Estado Novo (1930-1945)*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Norris, K. (1940, setembro). Ha mulheres que não encontrariam felicidade em nenhum casamento. *Alterosa*, 2(9), p. 136.
- Novos horizontes para a mulher (1943, setembro). *Alterosa*, 5(41), pp. 18-19.
- O calor convida ao esporte (1939, dezembro). *Alterosa*, 1(5), p. 102.
- Perrot, M. (2003). Os silêncios do corpo da mulher. In M. I. S. Matos & R. Soihet (Eds.), *O corpo feminino em debate* (pp. 13-27). São Paulo: Unesp.
- Pinto, N. A. (1943, abril). A mulher mineira apoia a Campanha Nacional de Aviação. *Alterosa*, 5(36), p. 66-103.
- Rodrigues, M. A. A.; Isayama, H. F.; Costa, L. C. L. R.; Peres, F. A. S.; Oliveira, R. M.; Viana, J. A.; Silveira, A. C. C.; Silva, M. A. F.; Lopes, T. B.; Xavier, J. L.; Lana, V. L. & Saad, J. (2014). Um olhar sobre a trajetória das políticas públicas de esporte em Minas Gerais: 1927 a 2006. In M. A. A. Rodrigues & H. Isayama (Eds.), *Mapeando as primeiras ações de políticas públicas de esporte em Minas Gerais (1927-1946)* (pp. 29-46). Contagem: MJR.
- Sabonete Araxá (1939, agosto). *Alterosa*, 1(1), p. 72.
- Sabonete Gessy (1945, novembro). *Alterosa*, 7(67), p. 59.
- Sabonete Lever (1945, setembro). *Alterosa*, 7(65), p. 119.
- Scott, J. W. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 2, 71-99.
- Silhuetas tentadoras (1945, setembro). *Alterosa*, 7(65), p. 76.
- Simili, I. G. (2006). *O que virou moda? As voluntárias da Legião Brasileira de Assistência no Jornal Correio da Manhã*. Comunicação apresentada no XVIII Encontro Regional de História, São Paulo.
- Souza, E. M. (2002). Olhares do cidadão. In T. V. C. Pimentel (Ed.), *Juscelino Prefeito 1940-1945* (pp. 47-57). Belo Horizonte: Rona Editora.
- Tota, A. P. (2000). *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Um das mais vastas realizações da energia mineira! (1939, agosto). *Alterosa*, 1(1), p. 51.

NOTA BIOGRÁFICA

Gelka Barros é doutoranda em Estudos do Lazer (Cultura e Educação) pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre em Estudos do Lazer – UFMG (2013). Graduação em Artes Plásticas – Escola Guignard / UEMG (2010) e Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) – PUC-MG (1998). Desde 2006, pesquisa as interfaces entre o corpo e a imagem.

Email: gelkabarros@yahoo.com.br

Rua Horizonte, 211 – Paraíso – Belo Horizonte – MG / Brasil – CEP: 30.270-270

* **Submetido: 31-07-2017**

* **Aceite: 07-11-2017**