

CASA NOVA, Vera. *Lições de almanaque: um estudo semiótico*. Belo Horizonte: UFMG, 1996.

COSTA, Jurandir Freire. *Ordem médica e Norma Familiar*. Rio de Janeiro: Graal, 2004.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

_____. *A ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 2014.

_____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

_____. *Em Defesa da Sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

LAQUEUR, Thomas Walter. *Inventando o sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

MACHADO, Roberto *et al.* *Danação da norma: Medicina Social e Constituição da Psiquiatria no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1978

RAGO, Margareth. *Do cabaré ao lar: A utopia da cidade disciplinar*. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

SCHWARCZ, Lilia Mortiz. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1970- 1930*. São Paulo: Companhia das letras, 1993.

A EDUCAÇÃO DO CORPO MODERNO: SUBJETIVIDADE E PRÁTICAS DA HIGIENE CORPORAL FEMININA ENTRE OS ANOS 1940-1950

Débora Deyse Laurindo Nóbrega

UEPB, Campus I

dbdeyse@gmail.com

RESUMO

A História Cultural tem o intuito de apresentar uma história, não somente feita pelos grandes heróis, mas também por homens e mulheres comuns inseridos no cotidiano. O conceito que transformou a história das mulheres no ocidente foi o conceito de gênero. Inicialmente foi atribuído aos sexos como condição fixa inserido no campo biológico, no

segundo plano foi pensada como construção cultural e social. A construção de uma História das Mulheres, que se propõe recuperar biografias, de eventos históricos partindo do cotidiano, aproxima-se do novo fazer histórico a medida em que busca mostrar a presença das excluídas ou invisíveis da historiografia oficial, mas que sempre disseminaram seus saberes de forma não oficial. O conceito de limpeza passou a refletir no processo de civilização de uma sociedade, moldando gradualmente as sensações corporais, refinou comportamentos e desencadeou, sutilmente, seu polimento, promoveu o crescimento do espaço privado, do autorregramento e dos cuidados individuais. Em meados do século XX no Brasil exalar um cheiro natural do corpo tornara-se sinônimo de falta de higiene e de atraso. O corpo transformou-se através do ser moderno, dos cosméticos industrializados, do aroma, da eliminação do cheiro natural do corpo e as mulheres participaram dessa transição, pois a cultura higienista partiu do público ao privado e se efetivou no indivíduo e as mulheres foram as principais consumidoras dessa nova ordem da civilização moderna. Portanto, a educação do corpo moderno parte principalmente das práticas de higiene, a publicidade foi essencial para internalização do consciente ligado a ordem social e do processo civilizatório da sociedade do Brasil na segunda do século XX.

Palavras-chave: História, Higiene Corporal, Modernidade.

1 INTRODUÇÃO

“(...) a história dos homens está aí, onipresente. Ela ocupa todo o espaço e há muito tempo. As mulheres sempre foram concebidas, representadas como parte do todo, como particulares e negadas, na maior parte do tempo” (PERROT apud SILVA, 2007, p. 92).

A história foi o lugar de legitimação do domínio encarregado pelos homens, a história das mulheres contribui para a narrativa de uma história do silêncio⁷⁶, do ocultamento, do discurso político e histórico feminino, pois nas fontes e nas pesquisas o que se via era o silêncio ou as mulheres a margem. A ausência das mulheres nas narrativas historiográficas parte da seletividade que a história oficial fez, pois essa deu voz a história dos grandes personagens e na fabricação de heróis da nação.

⁷⁶ Na concepção de Michele Perrot

Nas décadas de 1970 e 1980 chegou ao Brasil a chamada História Cultural, e um dos seus conceitos ímpares é o da representação.

Representar é, pois, fundamentalmente, estar no lugar de, é presentificação de um ausente: é um apresentar de novo, que dá a ver uma ausência. A idéia central é, pois, a da substituição, que recoloca uma ausência e torna sensível uma presença. (PESAVENTO, 2008, p.40)

É possível notar que a mulher que estava na esfera do invisível estava “presente” nos discursos da vida privada, no universo doméstico e familiar e que lentamente isso foi se rompendo na historiografia.

Afinal a preocupação com sua educação visa prepará-la não para a vida profissional, mas sim para exercer sua função essencial: a carreira doméstica. Os conhecimentos que adquirisse deveriam, portanto, auxiliar a dissipar os antigos preconceitos que povoavam sua mente fraca e torná-la uma companhia mais agradável e interessante ao homem. (RAGO, 1985, p.63)

As mulheres que exerciam atividades fora do lar doméstico, gradualmente e lentamente ocuparam as fábricas, oficinas, escritórios, hospitais, escolas, mesmo que esses ofícios fossem dirigidos por homens.

Em qualquer caso, o campo de atuação da mulher fora do lar circunscreveu-se ao de ajudante, assistente, ou seja, a uma função de subordinação a um chefe masculino em atividades que a colocaram desde sempre à margem de qualquer processo decisório. (RAGO, 1985, p.65)

É nesse contexto que este trabalho está inserido, embasado na Nova História Cultural, com intuito de apresentar uma história, não feita pelos grandes heróis, mas por homens e mulheres comuns inseridos no cotidiano, esses que estavam a margem da história tida como oficial.

Para entender a esfera privada do feminino é essencial entender a cultura higienista, pois os cuidados com o corpo dizem muito sobre uma sociedade, também a importância de entendermos a importância da mulher dentro da história como protagonista. A história não explica somente as repostas, mas também formula as perguntas. É possível fazer uma

história das mulheres? Por que o corpo feminino foi tão autorregrado e por que a higiene passa a ser modelo de educação do indivíduo? Os discursos das publicidades higienistas tentava domesticar o espaço público e privado, de que forma?

O artigo presente pretende analisar a concepção de limpeza e aromas agradáveis que mudaram ao longo da história. O propósito do artigo presente é desenvolver uma revisão histórica e bibliográfica sobre a educação do corpo feminino moderno na segunda metade do século XX entre os anos de 1940-1950, também analisar a construção da mulher dentro da história, relacionar o corpo feminino com a modernidade, perceber que a higiene corporal é parte das sensibilidades de um Brasil em desenvolvimento moderno. A concepção de higiene corporal esteve relacionada com o que é saudável e moderno, e objetivamos desenvolver a partir das indagações que foram formuladas para o desenvolvimento da pesquisa.

2 A CONSTRUÇÃO DA MULHER DENTRO DA HISTÓRIA

Com movimento feminista que teve início na ideologia política do século XIX, mas que só se expandiu nos anos 1960 através das reivindicações das mulheres e dos movimentos políticos, é que a História das mulheres ganha lugar e se estabelece no meio acadêmico. A historiadora Mary Del Priore afirma que foram as feministas que fizeram a História das Mulheres antes dos historiadores, lançando as bases para a criação de uma História das Mulheres.

É importante destacar que uma das principais pioneiras do projeto de criação de uma História das Mulheres, foi a historiadora francesa Michelle Perrot. “Da História, muitas vezes a mulher é excluída”, essa afirmação feita por Perrot, fundamentava a inquietação das intelectuais feministas da época, vários questionamentos eram feitos tais como: as mulheres têm uma História? Ou é possível fazer uma História das Mulheres? esses questionamentos aparentemente de difícil solução basearam os primeiros estudos sobre a História das Mulheres. Com o tempo, nos debates sobre de estudo de gênero, as historiadoras constataram que as mulheres seriam sujeitos históricos possíveis de serem

compreendidas e estudadas, e que as mulheres deveriam ser entendidas de acordo com a sua importância e pluralidade étnica, social e cultural.

O movimento feminista inserido como movimento social, surge durante e após o término da Guerra Fria e está traçado no que chamamos de Nova Ordem Mundial. Se antes acreditava-se que explicações amplas da realidade davam conta de caracterizar todos os sujeitos e formar assim uma unidade de classe para uma luta conjunta, com o fim da União Soviética e o fortalecimento do capital, essa perspectiva não dá mais conta de explicar a realidade. O novo cenário político nos apresenta novos sujeitos, que antes estavam dissolvidos ou desfeito dentro da unidade de classe. A construção de identidades e lutas por direitos mais específicos, ligados às novas práticas dos movimentos sociais nos mostram a nova dinâmica e as demandas de sujeitos que antes não tinha a visibilidade hoje anunciada.

Sabemos que a importância das feministas na construção de uma História das Mulheres, foi um significativo passo para romper a barreira do silêncio e ocultamento da mulher durante tanto tempo na História e que a construção dessa história foi uma forma vista pelas feministas para tentar reparar tantos anos de invisibilidade.

A história das mulheres assim como a História Cultural parte de uma crítica à história ocidental, por muito tempo o ocidente colocou o homem como autor e protagonista da história, e se as mulheres faziam história, não eram dotadas de tal importância. O conceito que transformou a história das mulheres no ocidente foi o conceito de gênero, inicialmente foi atribuído aos sexos como condição fixa inserido no campo biológico, no segundo plano foi pensada como construção cultural e social.

O termo gênero passou a ser bastante abordado na História das Mulheres, pois o sujeito da História agora incluía homens e mulheres, descartando uma identidade única, fixa e universal entre as mulheres, concebendo as múltiplas identidades no fazer histórico. Para Joan Scott (1995,p.14),historiadora feminista, o gênero é visto como: “[...]um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, é o gênero um primeiro modo de dar significado às relações de poder.” Ou seja, o gênero é

um modo de compreender mais claramente as relações existentes entre homens e mulheres e assim diluir preconceitos, já que como condição de análise nos fornece elementos para questionarmos algumas normas e condutas naturalmente atribuídas ao feminino e ao masculino.

Joan Scott foi uma das primeiras historiadoras que refletiu, questionou e colocou em debate o gênero como o fazer historiográfico. Para Scott, portanto, as relações entre os sexos são construídas socialmente, para ela isso ainda diz pouco, pois não explica como estas relações são construídas e porque são construídas de forma desigual privilegiando o sujeito masculino; não diz como funcionam ou mesmo como mudam, assim chega à conclusão que só essa constatação, não tem força suficiente para integrar ou mudar os paradigmas históricos existentes (SCOTT, 1990: 11-12). Dessa forma, Scott vai além e une a noção de construção social com a noção de poder, dizendo que gênero:

(...) tem duas partes e diversas subpartes. Elas são ligadas entre si, mas deveriam ser distinguidas na análise. O núcleo essencial da definição repousa sobre a relação fundamental entre duas proposições: gênero é um elemento constitutivo das relações sociais, baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e mais, o gênero é uma forma primeira de dar significado às relações de poder (SCOTT, 1994: 13).

Para as historiadoras feministas cabe refletir e:

Examinar gênero concretamente, contextualmente e de considerá-lo um fenômeno histórico, produzido, reproduzido e transformado em diferentes situações ao longo do tempo. Esta é ao mesmo tempo uma postura familiar e nova de pensar sobre a história. Pois questiona a confiabilidade de termos que foram tomados como auto-evidentes, historicizando-os. A história não é mais a respeito do que aconteceu a homens e mulheres e como eles reagiram a isso, mas sim a respeito de como os significados subjetivos e coletivos de homens e mulheres, como categorias de identidades foram construídos (SCOTT, 1994: 19).

O uso da teoria pós-estruturalista é defendida por Scott, em “Igualdade versus diferença: os usos da teoria pós-estruturalista” (SCOTT, 2000: 203-204), como sendo a teoria que

melhor permite ao feminismo romper os conceitos tradicionais hierarquicos ocidentais, em termos de universos masculino e feminino. Gênero se constitui através das relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos, que se constituem no interior de relações de poder. Scott em Prefácio a *gender and politics of history* (SCOTT, 1994: 12), afirma que gênero significa o saber a respeito das diferenças sexuais, o saber pensado seguindo a orientação de Foucault, como sendo a compreensão produzida pelas culturas e sociedades sobre as relações humanas.

Os estudos de gênero no cenário pós- estruturalista é entendido como uma nova abordagem crítica da história, que se aproxima do padrão transdisciplinar, na medida em que promovem respostas aos questionamentos universais, fundamentados na experiência humana masculina e feminina.

Esse saber pensado trata de algo que não é absoluto, mas relativo, cujo usos e significados nascem de uma disputa política e são os meios pelos quais as relações de poder, de dominação e de subordinação são construídas.

O papel da História quanto à questão da relação de gênero, segundo Joan Scott, é:

Historicizar gênero, enfatizar os significados variáveis e contraditórios atribuídos à diferença sexual, os processos políticos através dos quais esses significados são construídos, a instabilidade e maleabilidade das categorias “mulheres” e “homens”, e os modos pelos quais essas categorias se articulam em termos da outra, embora de maneira não consistente ou da mesma maneira em cada momento (SCOTT, 1994: 25-26).

Joan Scott em diálogo com Margaret Rago reconhecem que o gênero como categoria,

Não nasce do interior de um sistema de pensamento definido como o conceito de classes em relação ao marxismo. Porém procede de um campo profundamente diverso daquele que tinha como horizonte a emancipação social de determinados setores sociais (RAGO, 2006, p.29)

Louro (1997) também propõe que vejamos gênero como elemento integrante da identidade dos sujeitos. A identidade é construída e obtém novas significações ao longo

da vida das pessoas. Esse conceito permite-nos pensar na transição histórica que são as relações de gênero e como o reconhecimento pessoal vai ser influenciado por fatores subjetivos e objetivos. A construção da identidade dar-se na relação com o outro e por construção discursiva. Portanto, é inviável tratar desta questão sem reconhecer que para a existência de um, é preciso reconhecimento do outro. Como nos diz Ciampa (1984, 65):

Diferença e igualdade. É uma primeira noção de identidade. O conhecimento de si é dado pelo reconhecimento recíproco dos indivíduos identificados através de um determinado grupo social que existe objetivamente, com sua história, suas tradições, suas normas, seus interesses etc.

Se o conceito de gênero é histórico, é importante pensarmos como passível de revisões e novas interpretações teóricas que ajudem a pluralizar os pensamentos sobre ele e enriquecer esse campo de estudos.

É necessário que as mulheres sejam as porta vozes de suas próprias histórias. É preciso resgatar, retomar e salvar as vozes das mulheres perdidas no passado e reconstruir as suas trajetórias através dos vestígios que elas deixaram. É justamente com esse objetivo que nasce a História das Mulheres, para preencher as lacunas que a Historiografia oficial até então tinha abortado.

Na historiografia brasileira mesmo que as mulheres estivessem inseridas no campo do invisível, sempre estiveram presentes em toda a historiografia oficial, pois os saberes da ordem do cotidiano, do senso comum, estiveram sempre latentes nos acontecimentos históricos, mas vistos de forma inferior, mas não eram escritos, e a mulher não era vista como protagonista. A construção de uma História das Mulheres, que se propõem recuperar biografias, de eventos históricos partindo do cotidiano, aproxima-se do fazer histórico na medida em que busca mostrar a presença das invisíveis que estiveram ausentes pela historiografia oficial, mas que sempre difundiram seus saberes de forma não oficial. Onde tudo que fosse e ainda é associado ao feminino é nutrido como frágil, menor, da ordem de que precisa ser cuidado, auxiliado e protegido.

Gênero também é investigar a dinâmica social baseada nas identidades de gênero; as atribuições sociais, profissionais e políticas atribuídas a homens e mulheres em diferentes sociedades, de acordo com a sua relação espaço-tempo; é denunciar e nomear os históricos processos de exclusão das chamadas minorias sexuais, sociais e étnicas, é problematizar a ocupação dos espaços de poder por homens e mulheres ao longo da história e apontar como a noção de violência e de dominação não são as mesmas para homens e mulheres (WELZER-LANG, 2004; SARTI, 2009).

2.1 O CORPO FEMININO EM TRANSIÇÃO A PARTIR DO CONCEITO DE LIMPEZA

O corpo é um signo da história. Cada corpo, longe de ser apenas constituído por leis fisiológicas, supostamente imutáveis, não escapa à história. (SANT'ANNA, 2000, p.50, apud NECKEL, 2003, p. 54). Não se pode pensar o conceito de corpo apenas a partir dos aspectos biológicos, o corpo “é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam” (GOELLNER, 2003, p. 29).

O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc. Não é, portanto, algo dado a priori nem mesmo é universal: o corpo é provisório, mutável e mutante, suscetível a inúmeras intervenções consoante o desenvolvimento científico e tecnológico de cada cultura bem como suas leis, seus códigos morais, as representações que cria sobre os corpos, os discursos que sobre ele produz e reproduz. (GOELLNER, 2003: 28).

Para Goellner pensar o corpo como histórico é pensar a sua estrutura a partir da cultura e da linguagem.

Ainda sobre o corpo, Goellner afirma: O corpo é também o que dele se diz e aqui estou a afirmar que o corpo é construído, também, pela linguagem. Ou seja, a linguagem não apenas reflete o que existe. Ela própria cria o existente e, com relação ao corpo, a linguagem tem o poder de nomeá-lo, classificá-lo, definir-lhe normalidades e anormalidades, instituir, por exemplo, o que é considerado como corpo belo, jovem e saudável. Representações estas que não

são universais nem mesmo fixas. São sempre temporárias, efêmeras, inconstantes e variam conforme o lugar/tempo onde este corpo circula, vive, se expressa, se produz e é produzido. (GOELLNER,2003: 29).

O corpo é múltiplo. Na obra *Vigiar e Punir*, Foucault procurou narrar o advento da modernidade como produtor de uma nova forma de poder que, necessariamente, não precisava ser exercido por um grupo ou por uma instituição específica, mas que conseguia se fazer presente no cotidiano e no contexto de construção do mundo capitalista. Para ele, esta nova forma de poder passou a ter um forte desempenho no controle dos corpos e buscava a transformação dos mesmos em dóceis e úteis:

(...) Em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações. (...) Não se trata de cuidar do corpo, em massa, grosso modo, como se fosse uma unidade indissociável mas de trabalhá-lo detalhadamente; de exercer sobre ele uma coerção sem folga, de mantê-lo ao nível mesmo da mecânica - movimentos, gestos, atitude, rapidez. (...) Esses métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que realizam a sujeição constante de suas forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade. São o que podemos chamar as disciplinas. (FOUCAULT, 1987: 126).

Em nome da saúde, a medicina passou a controlar os corpos a partir de “diferentes métodos disciplinares: a classificação das paixões, a definição do que seriam desvios sexuais, as aparelhagens para corrigir as anatomias defeituosas, os banhos de mar, a modelagem do corpo por meio da atividade física”, a criação de tabelas que servissem de base para classificar e estabelecer valores da média da população em peso, idade e nas aparências físicas predeterminadas. A medicina criou “um conjunto de saberes e poderes que investiram no corpo e nele se instituíram, voltados para a educação da gestualidade, a correção do corpo, sua limpeza e higienização” (GOELLNER, 2003, p.35).

A higiene como ciência e prática médica data do início do século XIX. Entendida como “arte de conservar a vida”, indicava orientações para sua utilização, fosse pelos que afirmavam as responsabilidades individuais no processo de adoecer e morrer ou como conceito para os que alardeavam sua determinação social (AROUCA, 1975).

O conceito de limpeza passou a refletir o processo de civilização de uma sociedade, moldando gradualmente as sensações corporais. Instruiu e incrementou comportamentos e desencadeou sua lapidação, promoveu o crescimento do espaço privado, do autorregramento e dos cuidados individuais, ações cada vez mais estreitadas entre o íntimo e o social. Trata-se de uma história que percebeu o peso da cultura sobre as sensações imediatas: do toalete, do cortesão esfregando o rosto com um pano branco, às normas de limpeza “racionais” do século XVII, nas quais os critérios de limpeza eram ditados pelos autores de livros de boas maneiras, até o advento da era bacteriológica, quando se iniciou um gradual deslocamento dos saberes em direção à higiene e à medicalização das sociedades (VIGARELLO, 1996).

No Brasil, as prescrições médicas adentraram o século XX impulsionadas pelos poderes da Ciência Higiene, de maneira a convocar a adesão a novos saberes. Gradualmente tornaram-se normas de saúde, com o intuito de alavancar a cidadania, numa campanha pela saúde, educação e civilidade (ROCHA 2003)

Por volta de 1920-1930, foi colocado em questão e implementado de forma mais efetiva pela medicina social e higienista o discurso da eugenia, que significa o aprimoramento genético, que buscava o melhoramento da sociedade através do controle e da conservação da saúde individual e coletiva.

O discurso eugênico, do qual se interessavam os médicos higienistas, entendia que mulheres mais saudáveis e ativas teriam filhos geneticamente melhores e superiores, o que tornaria possível uma purificação da raça, caracterizando o discurso de caráter político. Nilson Costa (1987, p. 08) vai dizer que a higiene elaborou a visão apropriada do lugar social da mulher como mulher do lar, mãe dedicada, salvação do homem e instrumento de civilização da classe operária e, ampliaria a manutenção da burguesia em ascensão.

Confirmando a importância do discurso higiênico, da medicina e da beleza aliada à saúde, eram os médicos responsáveis pela organização social e moral das famílias de elite que,

até início do século XX, tratavam da beleza com produtos ainda considerados remédios: tônicos, loções, pós higiênicos (SANT'ANNA, 1995).

Os cuidados com o corpo não eram tidos como gestos de prazer e de vaidade, características usadas apenas para referir às artistas e as mulheres da vida, sendo chamados de tratamento. As mulheres que se permitissem ou admitissem sentir prazer no cuidado com o próprio corpo deveriam sentir-se culpadas. A ênfase do corpo feminino ainda repousava em sua capacidade de ser mãe: “a alma da beleza está no aparelho reprodutor feminino, insistem os conselheiros e os discursos publicitários” (SANT'ANNA, 1995, p. 124).

O corpo feminino deveria ser forte e saudável, seria útil à sociedade o corpo ser atribuído a diversas privações que objetivam proteger as características da feminilidade e preservar a fertilidade da mulher (GOELLNER, 2000, p.87) Claramente, a funcionalidade do corpo feminino era a de somente reprodução, o prazer e a saúde não estaria relacionado a higiene corporal, mas sim de gerar filhos saudáveis biologicamente.

Ao mesmo tempo em que a preocupação em torno da capacidade reprodutiva da mulher persistia ao longo das décadas, uma outra preocupação invadia o cotidiano feminino. Aquilo que a sociedade da época tomava como feiúra começava a ser visto como um mal que podia ser reparado à custa dos mais variados tratamentos. A partir disso, demarcava-se, em oposição à feiúra, o que era belo, a boa aparência e a boa forma tornavam-se leis. Houve, com isso, um crescimento intenso da indústria da beleza. Os remédios para beleza ganharam uma farmacologia um pouco mais elaborada, e as pomadas prometiam afinar a cintura, branquear a pele, tirar pêlos ou escurecer os cabelos brancos (SANT'ANNA, 1995).

2.2. HIGIENE CORPORAL COMO SENSIBILIDADE DE UM BRASIL MODERNO

Em meados do século XX, emanar um cheiro natural do corpo tornara-se sinônimo de falta de higiene e de atraso. A campanha publicitária do sabonete Lifebuoy promovia

explicitamente o combate ao "Cheiro do Corpo" já nos anos 1940, esse tal cheiro do corpo atribuído ao odor.



Figura 1 Anúncio do sabonete Lifebuoy. *O Cruzeiro*, 15/02/1947, n. 17, p. 33. Acervo Biblioteca Nacional - Rio de Janeiro.

O anúncio era categórico:

Nada de 'C.C.' (cheiro de corpo) comigo... - Uso Lifebuoy. Sua garantia está no odor puro e refrescante de Lifebuoy. Lifebuoy contém o elemento especial que de fato evita o 'C.C.' E, embora seu odor DESAPAREÇA quase instantaneamente, a ação protetora de Lifebuoy se prolonga por muitas horas. Você sentirá em todo o corpo uma agradável sensação de frescor, a dar-lhe a certeza de que sua pele, deliciosamente limpa e macia, está mais resguardada e encantadora do que nunca. Lifebuoy é um grande sabonete. ([Figura 1](#)).

O cheiro defendido pelo anúncio do sabonete Lifebuoy⁷⁷ acima, refere-se a destruição do "cheiro de corpo" - "C.C.", esse aroma corporal relacionado as transpirações que o corpo humano naturalmente produz, para eliminar o cheiro do corpo desagradável, o sabonete prometia uma pele limpa e macia, livre de seu odor natural. É importante perceber a partir da publicidade do sabonete Lifebuoy que o produto não oferece um aroma ou um perfume agradável ao corpo, mas promete eliminar o odor corporal.

“Quando chega o verão e aperta o calor, transpira-se tanto que é mesmo um horror. Para tanto se manter o asseio corporal, é preciso se usar um sabonete batatal. É mesmo o tal, não tem rival, é um herói: Lifebuoy, Lifebuoy!”

O jingle repercutiu em 1940 através da propaganda radiofônica, e logo tomou espaço, pois já era cantado nas ruas do Brasil.

Para a publicidade em meados do século XX, o hábito de tomar banho era apresentado como já consolidado entre os brasileiros. Nos anúncios de sabonetes eram comuns uma ilustração ou um texto em que se fazia menção ao banho, a sensação de refrescância pós banho e à necessidade de manter um corpo limpo e livre de seus odores. Entretanto, nesse banho deveriam ser utilizados os sabonetes produzidos nas indústrias em divergência com aqueles que eram feitos em casa. E com a chegada dos desodorantes, a publicidade lançava a seguinte dúvida: “bastaria tomar um banho para se livrar do cheiro de corpo?”. A preocupação com o mau “cheiro de corpo” era secular. Mas na metade do século XX, haveria uma abundância de diferentes produtos para sanar um só problema: o “cheiro de corpo”.

A veiculação dessas campanhas contra o “C.C.” pode ser considerada um marco no combate a algo natural em benefício de um produto artificial,

⁷⁷ Embora o sabonete tenha sido lançado em 1937, foi a partir da década de 1940, especialmente após o término da Segunda Guerra Mundial, que a campanha publicitária se intensificaria e alcançaria uma repercussão maior

fabricado. Somente esses produtos seriam capazes de oferecer um bom cheiro, saúde, sucesso profissional e pessoal. Aqueles que os utilizassem estariam em sintonia com o moderno. Além dos produtos, comprava-se uma ideia, uma atitude, um comportamento (MIRANDA, 2005, p 30).

Uma outra solução para acabar com o temido cheiro de suor ainda nos anos 1950 era o desodorante Frigia. Este era um bastão aconselhado a usar logo após o banho antes da vestimenta. É interessante perceber que uma pequena ilustração na imagem abaixo já mostrava a mulher no ambiente de trabalho fora do lar.

Nos anúncios veiculados nas revistas, as axilas eram emunctório mais ameaçador. O desodorante Frigia aconselhava a não consentir que o cheiro de suor suplantasse o fascínio pessoal. O uso Frigia “moderno e eficaz” seria a “mais poderosa arma de defesa de sua sedução” (O Cruzeiro, 08/05/1954, n.30, p.92) O anúncio alertava ao consumidor que não bastava só tomar banho, mas o uso de Frigia iria eliminar o odor das axilas, ou seja, a higiene ficaria completa. Os odores já eram vistos com estranhamento, esses mesmos emanados pelo corpo.

“O odor dos órgãos e o humores, mais ou menos carregados de produtos da purgação, exalam pelos emunctórios (...) estes são em número de sete, todos distinguíveis por forte odor: a parte cabeluda da cabeça, as axilas, os intestinos, a bexiga, as vias espermáticas, as virilhas, as separações dos artelhos” (CORBIN, 1987 p.53).



Figura 2: Anúncio do desodorante Frigia. O Cruzeiro, 08/05/1954, n.30, p.92. Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro.

Não adquirir o produto e continuar com o cheiro do corpo seria algo ruim, ao mesmo tempo, se adquirisse o produto estaria assumindo o tal cheiro do corpo, a publicidade empenhava-se em transformar a consciência do consumidor, de substituir os produtos caseiros por industrializados. “Os indivíduos não percebiam seu próprio cheiro, também não conseguiam visualizá-lo no espelho, nem mesmo os amigos mais próximos poderiam mencionar esse mau odor” (CLASSEN, HOWES e SYNNOTT, 2002: 183). Pois a educação olfativa não estava relacionada com aromas agradáveis, porque o que era comum era a odorificação dos ambientes externos e internos e conseqüentemente entre os corpos de homens, mulheres e crianças, no entanto gradativamente essa modernidade dos bons cheiros foram invadindo os olfatos.

Se na França dos séculos XVIII e XIX, o “cheiro de corpo” e suas diferentes emanações não incomodavam, no Brasil, da segunda metade do século XX, esses odores se tornariam sinônimos de fracasso, solidão e exclusão. E mais: eram marcas de algo ultrapassado. Cheirar não é simplesmente um fenômeno biológico ou psicológico. Cheirar é algo cultural, portanto, um fenômeno histórico e social. (CLASSEN, HOWES e SYNNOTT, 2002: 3)⁷⁸

A repulsa em relação a determinados odores, acabaria por impor “a necessidade da revolução higiênica, estrada da modernidade” (CORBIN, 1987: 203). Livrar-se da fetidez equivaleria a livrar-se também da sujeira. A higiene passaria a ser soberana, a partir do século XIX. Um povo adepto da limpeza se tornaria aliado da “ordem” e da “disciplina”, de acordo com Corbin (1987: 203).

O desdobramento da ‘higiene doméstica’, que tende a se tornar ‘higiene das famílias’, bem como o desdobramento da higiene corporal, constitui apenas um lado do retiro da vida pública: engendra uma forma de habitat que é tributário da medicalização do espaço privado (CORBIN, 1987: 208).

Corbin retrata acima que é preciso domesticar a retirada do mal cheiro, essa trajetória se estenderia ao espaço público e privado e se efetivaria na desodorização da individualidade.

A “revolução higiênica” e a soberania da limpeza analisadas por Corbin se estenderia também às mudanças em relação à limpeza do próprio corpo. Para atingir o ideal de desodorização total do corpo e libertá-lo de seus próprios odores, as indústrias químicas, farmacêuticas e de cosméticos se autodenominariam capazes de oferecer produtos que cancelariam definitivamente o problema.

⁷⁸. Para Corbin, o que muda historicamente em relação aos odores é a maneira como são percebidos, rejeitados ou tolerados (CORBIN, 1987: 10)

O banho em meados do século XX entre os anos 1940 - 1950 já seria considerado insuficiente para manter o corpo livre de seus odores. Georges Vigarello relembra que o banho já foi significado de enfraquecimento e ameaça à saúde (VIGARELLO, 1996). Conforme o autor, no século XVI, as fricções e os perfumes prevaleciam sobre qualquer tipo de lavagem. Para estar limpo, apelava-se para um pano perfumado.

Escolhemos a campanha do sabonete Lifebuoy como o representante na promoção do combate ao “cheiro de corpo”. Além do sabonete propriamente dito, os anúncios criariam uma denominação para o problema dos odores que ameaçavam o indivíduo: o “C.C.” ou “cheiro de corpo”.

Os anúncios aqui analisados fazem referências a está limpo que significava está saudável, belo e moderno. Os heróis da limpeza do século XX, não se restringia a figura do higienista do século XIX, outros profissionais como jornalistas, publicitários, médicos e principalmente as donas de casas estavam juntos em combate ao cheiro natural do corpo. Entendemos a limpeza como símbolo de limpeza e modernidade no século XX.

A publicidade objetivava persuadir o consumidor de que as aquisições dos produtos de higiene industriais representariam um investimento na vida pessoal, na manutenção da saúde e no bem-estar da pessoal e coletivo. O consumo foi apresentado como uma nova maneira mais prática e mais higiênica de viver. Os produtos poderiam ser adquirido e não necessariamente fabricado, eliminando o trabalho braçal na produção de produtos caseiros. Os produtos de higiene corporal representavam saúde e modernidade.

O Brasil era um povo considerado "essencialmente limpo". O esforço centrava-se na ação de substituir os preparados caseiros, a exemplo do sabão de cinzas⁷⁹, por produtos industrializados (MARTENSEN, 1983. p.233).

A valorização do corpo é a valorização de si. A beleza se tornaria um bem acessível a todos no século XX. E essa beleza é associada nas possibilidades dos produtos de beleza e na vigilância de si. Com essa valorização da beleza, a utilização de figuras de mulheres bonitas era constante pela publicidade.

Nos anúncios as mulheres famosas ou anônimas expressavam sua sensualidade, essa não era uma atitude comum entre as mulheres, ou seja, pouco usual. Essa difusão da beleza anônima é considerada um traço característico das décadas de 1950-1960, segundo (VIGARELLO, 2005).

Há um certo silenciamento em torno da questão dos odores do corpo como um todo. O combate ao "cheiro de corpo" dividia-se O "Cheiro do corpo" localizava-se nas axilas, na boca e até mesmo nas roupas. Para qualquer um desses problemas, o mercado oferecia uma solução. É importante esclarecer que a indústria não fabricava somente cosméticos para desodorizar o corpo, mas para cada região e necessidade do corpo havia produtos específicos. O combate era ao cheiro natural do corpo como o todo, o mercado atendia as necessidades do consumidor. A higiene corporal faz parte do Brasil do século XX, essa sensibilidade relaciona-se ao Brasil em modernização.

3. METODOLOGIA

⁷⁹ O sabão de cinzas era um preparativo caseiro, elaborado a partir de uma lixívia de cinzas de madeira misturada a grandes quantidades de gordura animal, sob aquecimento. O sabão era utilizado no uso da higiene do corpo, das roupas e dos utensílios da cozinha e das casas. (Paulo César Pinheiro e Marcelo Giordan, 2010).

O percurso metodológico define-se pelas abordagens explicativa e qualitativa. A pesquisa possibilita conhecimento sobre a História Cultural, sobre a construção do feminino dentro do campo social e cultural, nos fazendo perceber que as mulheres estiveram sempre presentes dentro da história do cotidiano, mas foi abortada por muito tempo dentro da história tida como oficial. O corpo feminino transformou-se no vestir, no gestual, nas concepções de higiene ao longo da história, é notório a mudança higiênica do corpo na modernidade, principalmente a partir da industrialização de cosméticos que possibilitou a mudança de comportamento do indivíduo.

A partir do título *A Construção da Mulher Dentro da História*, trabalhamos com a historiadora Michelle Perrot que se propôs a estudar a História das mulheres, ela afirma que em seus estudos sobre a exclusão da mulher na escrita da história. A partir dos questionamentos sobre fazer a História da Mulheres, o que transformou essa história foram os estudos sobre gênero, pois historiadores constataram que as mulheres como os homens também seriam sujeitos passíveis de ser estudadas.

Joan Scott em seus estudos sobre gênero entende que gênero é um modo de compreender as relações existentes entre homens e mulheres e dessa forma diluir preconceitos.

Louro também trouxe contribuições para o estudo de gênero, pois trouxe como elemento integrante da identidade dos sujeitos. É importante pensarmos gênero como passíveis de novas interpretações teóricas e que ajudem a pluralizar os pensamentos sobre esse campo de estudo.

Dentro do título *O Corpo Feminino na Modernidade*, não pensamos o corpo como no campo biológico, mas nas intervenções que nele se operam. Portanto em nome da saúde os corpos passaram a ser disciplinados, principalmente atribuindo ao corpo a limpeza e higienização, esse marco fez parte do processo de modernização da sociedade do século XX.

A partir do estudo desse corpo higiênico, podemos perceber que a imprensa teve um papel importante para a disseminação da linguagem verbal e não verbal referente ao corpo higiênico como sinal de saúde, e o corpo odorífero como sinal de atraso e falta de higiene. Trabalhamos com anúncio da década de 1940 e 1950, os produtos retratados nos anúncios retrataram que o cheiro do corpo natural não era bem visto pelo Brasil em processo de modernização.

Nos anúncios as mulheres retratavam o corpo, é possível perceber a valorização da beleza, e a mesma estava interligado ao que fosse limpo, higienizado, livre dos odores naturais dos corpos. A publicidade objetivava persuadir o consumidor de que os produtos industriais em substituição dos caseiros seria um investimento na vida pessoal, na manutenção da saúde e no bem estar pessoal e coletivo.

No Brasil moderno, a publicidade favoreceu a internalização dos cosméticos, pois a concepção de higiene pública e privada estava ligada a ordem social. Nessa pesquisa buscamos compreender o corpo feminino moderno, as práticas de higiene lançada pela publicidade como um Brasil que estava buscando a ordem, o moderno, a beleza, e o saudável, ou seja, o conceito de limpeza passou a refletir no processo de civilização de uma sociedade.

Entendemos o caminho a partir da educação do corpo, das subjetividades das práticas da higiene corporal do Brasil na segunda metade do século XX, uma pesquisa que trata do sujeito mulher que esteve no silenciamento, que trata sobre a banalização do cheiro natural do corpo que a publicidade e processo de modernização criaram que envolve uma educação da higiene pública ao individuo, que tem uma relação com discursos, sentimentos e representações sobre a sensibilidade do Brasil moderno. Este trabalho tem como continuidade e ampliação das análises que ainda não foram exploradas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O corpo não é fixo. Percebemos que os corpos são produções históricas de cada época, enquanto construções culturais, respondem a anseios políticos, sociais e também econômicos de cada período e se as mulheres se tornam o alvo principal dessa produção no início do século XX, principalmente nas décadas de 1940 e 1950, é por que este corpo apresenta-se como ponto importante para a edificação de um tipo de sociedade.

As histórias das mulheres sempre estiveram presentes no campo do invisível, pois os saberes da ordem do cotidiano, do senso comum estiveram sempre latentes nos acontecimentos históricos, mas vistos de forma inferior, pois esses acontecimentos não eram escritos e a mulher não era vista como autora e protagonista da própria história.

O corpo é objeto de estudo e signo da história. A ênfase do corpo feminino estava atribuída a capacidade de ser mãe, mas o século XX trouxe a preocupação com espaços mais limpos, e os cuidados com o corpo também estava inserido nesse processo de modernização, com isso a higiene corporal passa a ser sinônimo de saúde e eliminação dos odores corporais.

As campanhas publicitárias mostravam e promoviam o combate aos odores do corpo, os produtos industriais em substituição aos produtos caseiros mostravam que o cheiro do corpo era o cheiro natural, sinônimo de repulsão do espaço público e privado. Os produtos de higiene corporais disseminaram principalmente porque repercutia que somente tomar banho não era mais suficiente, para eliminar o cheiro do corpo era preciso usar os produtos que a publicidade mostrava com ênfase. As mulheres foram às principais consumidoras desses produtos, pois eram essas que estavam como ilustração da propaganda dos cosméticos, o corpo feminino expressavam sensualidade e beleza, e para ser bela era preciso ter um corpo saudável e higienizado, esse resultado só haveria com o consumo de produtos que desodorizasse todas as partes do corpo.

“A história é o que acontece, a sequência dos fatos, das mudanças, das relações, das acumulações que tecem as transformações da sociedade. Mas é também o relato que se faz de tudo isso.” (Perrot, 2008, p. 16). Segundo a autora, a história não é somente a soma dos acontecimentos, é também o que se escreve sobre esses fatos. Perante isso, é evidente que o esquecimento da mulher no processo histórico não está ligado a acontecimentos passados, mas na escrita desses acontecimentos. A mulher nunca deixou de fazer história, contudo, foi escolhido não registrar as suas falas, suas ações, ou melhor, sua história. Como questionamentos contra toda essa invisibilidade, surgem movimentos feministas para propor um novo olhar, com uma nova abordagem que trate a mulher com a mesma importância social dotada pelos homens. A partir do olhar sobre a história do corpo higienizado, podemos compreender como essa modernidade foi inserida dentro do espaço privado, as sensibilidades e práticas da higiene corporal foi intensivando de acordo com

o mercado de indústrias dos cosméticos que prometiam a saúde, a beleza e a eliminação dos odores corporais. Portanto a higiene corporal feminina faz parte da compreensão de um Brasil moderno.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AROUCA, S. **O dilema preventivista**: contribuição para a compreensão e crítica da medicina preventiva. 1975. Tese (Doutorado em Medicina Social) - Faculdade de Ciências Médicas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1975.

CIAMPA, Antonio da Costa. Identidade. In: W. Codo & S. T. M Lane (Orgs.). **Psicologia social: o homem em movimento** (pp. 58-75), São Paulo: Brasiliense, 1984.

CLASSEN, Constance; HOWES, David; SYNNOTT, Anthony. **Aroma**: the Cultural History of Smell. Londres: Routledge, 2002.

CORBIN, Alain. **Saberes e odores**: O olfato e o imaginário nos séculos dezoito e dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. 7 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **Mulheres em movimento**: imagens femininas na Revista Educação Physica. Educação e Realidade, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 77-94, jul./dez. 2000.

GOELLNER, Silvana Vilodre. “A produção cultural do corpo.” In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo gênero e sexualidade**: um debate contemporâneo. Petrópolis, Vozes, 2003.

MARTENSEN, Rodolfo Lima. **O desafio de quatro santos: memórias**. São Paulo: LR Editores, 2005.

MIRANDA, Luciana Lobo. Subjetividade: a (des)construção de um conceito. In: SOUZA, S. J. (Org.). **Subjetividade em questão**: a infância como crítica da cultura. 2 ed. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2005.

PERROT, Michelle. Os excluídos da História: operários, mulheres e prisioneiros. Tradução de Denise Bottmann. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2008.

PESAVENTO, S. J. **História & História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

RAGO, Margareth. **Do Cabaré ao lar. A utopia da cidade disciplinar: Brasil 1890-1930**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

ROCHA, H.H.P. **Higiene em imagens: os impressos e a propaganda de novos modos de viver**. Rev. Port. Pedag., v.37, n.2, p.185-201, 2003.

SANT'ANNA, Denise B de. (org). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SCOTT, Joan. “**Gênero: Uma Categoria Útil para a Análise Histórica.**” Traduzido pela SOS: Corpo e Cidadania. Recife, 1990.

SCOTT, Joan. W. **Preface a gender and politics of history**. Cadernos Pagu, nº. 3, Campinas/SP 1994.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. Educação e Realidade, v. 15, n. 2, p. 71-97, jul./dez. 1995.

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

VIGARELLO, George. **História da beleza: O corpo e a arte de embelezar: da Renascença até os nossos dias**. Lisboa: Editorial Teorema, 2005.

WELZER-LANG, Daniel. Os homens e o masculino numa perspectiva de relações sociais de sexo. In: SCHPUN, Mônica Raisa (Org.). Masculinidades. São Paulo: Boitempo; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

Anúncio Sabonete Lifebuoy - O CRUZEIRO, 15/02/1947, n. 17, p. 33. Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro.

Anúncio do desodorante Frigia. O Cruzeiro, 08/05/1954, n.30, p.92. Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro.