

OS DISCURSOS PROPAGANDÍSTICOS E INTELECTUAIS: A FORMAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES MASCULINAS NA MODERNIZAÇÃO CURITIBANA

FERNANDO BAGIOTTO BOTTON*

A cidade de Curitiba na virada do século XIX se mostra como uma cidade pequena e arcaica se comparada às demais capitais brasileiras, porém já passava por profundas mudanças sociais, políticas e principalmente econômicas, impulsionadas pelo processo de industrialização e urbanização que se estabeleceu no início do século XX. Paralelo a isso vemos florescer o discurso da modernidade, que dentre diversos outros fatores, foi tra[du]zido por jovens intelectuais que fundaram diversos jornais, revistas, gráficas, ateliês e instituições para servirem como bases para a incessante luta pela implantação das ideias de modernização, progresso e ordem na sociedade. Assim consideramos que para compreendermos melhor tal configuração de urbanização e modernização, precisamos entender a ação do intelectual como uma base argumentativa para a difusão das “novidades” e das sensibilidades particulares e coletivas, típicas da modernidade. Segundo Berberi, a virada do século XIX para o XX

(...)é um momento em que a intelectualidade se vê como portadora de novos caminhos, como elemento que irá ajudar no desenvolvimento da cidade [...] ele [o intelectual/cronista] fará sua seleção: o que registrar, por que registrar. De preferência, tudo aquilo que indique, de certa forma, a alteração do movimento vivido, mostrando que se está numa transformação, moderno, numa sociedade que caminha de encontro ao futuro, ao progresso. Ainda no caso de Curitiba, mostrando o quanto ela está perto de se equiparar às cidades modernas.(BERBERI, 1996: 63-64)

Aqui podemos perceber a influência dos intelectuais para os projetos de Curitiba como agentes responsáveis para fazer a cidade rumar para o caminho da civilização. A questão principal é que eles compunham a cidade enquanto uma “república das letras” (MISKYW, 2008), mesmo que a maior parcela da população da época fosse analfabeta, os textos dos intelectuais curitibanos eram extremamente circulantes e fecundos, uma

* Mestrando pelo Programa de Pós Graduação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e Bolsista CAPES/CNPq.

verdadeira infinidade de jornais, revistas, almanaques, folhetins e livros passaram a circular pela cidade sob a pena desses jovens intelectuais.

Ressaltemos que os intelectuais sozinhos não construíram o processo de modernização de Curitiba, mas criaram uma mitologia que a sustentou. Naquele momento foi criado um sentido, uma direção, uma filosofia da história baseada no progresso:

Parece-nos a nós que Curitiba, agora, sacode aos poucos a apathia que lhe vai victimando para marchar ao lado das capitães que avançam [...] O que nos faz experimentar promissoras sensações de progresso é o caminho que a arquitetura em Curitiba vai trilhar. Esta cidade, calçando sapatos e sendo rendilhada por casas feitas com arte, será a cidade ideal. Stélio (OLHO DA RUA apud BERBERI, 1996: 23).

O recurso poético de comparar a arquitetura urbana com o uso de roupas é utilizada para traduzir esse momento em que a cidade adquire a forma de um corpo a ser vestido. A cidade agora é coberta pelo rendilhado das casas projetadas que transformam arte em cidade e cidade em arte. Além disso, percebemos na crônica o uso do verbo “ser” no futuro, Curitiba [ainda] não é, mas Curitiba “será a cidade ideal”, ou seja, trata-se de uma ideia de uma finalidade e de futuro, o que nos transmite a ideia de um projeto com objetivos a serem atendidos. Nesse sentido concordamos com Sereza e Grunner quando alegam a existência de uma cidade escrita e outra concreta:

A intenção não é tanto ordenar e planejar o espaço “real” – responsabilidade do estado e tarefa dos engenheiros, arquitetos e urbanistas – mas ordená-lo, significá-lo no interior de uma geografia outra, simbólica e imaginária. Trata-se, em suma, de construir um significado mais ou menos comum a uma gama de experiências dispersas [...] a narrativa literária, mais que informar, inventa, cria e produz a cidade (SEREZA; GRUNNER, 2009: 155).

Esse foi o papel social dos intelectuais: a reinvenção de uma cidade feita de letras, construída pelo molde de suas cidades ideais. Berberi concorda com tal afirmação, e comenta que “Curitiba não é o Rio de Janeiro, nem Paris, mas recebe seus modelos e está a par de seus processos” (BERBERI, 1996: 23).

Esse é um momento onde percebe-se novidades no cotidiano das pessoas, além da literatura e das novas formas de escrita. Sevecenko nos apresenta um quadro bastante complexo de parafernalias que se fizeram novas naquela sociedade:

surgirão, apenas para se ter uma breve idéia, os veículos automotores, os transatlânticos, os aviões, o telégrafo, o telefone, a iluminação elétrica e a ampla gama de utensílios eletrodomésticos, a fotografia, o cinema, a radiodifusão, a televisão, os arranha-céus e seus elevadores, as escadas rolantes e os sistemas metroviários, os parques de diversões elétricas, as rodas gigantes, as montanha-russas, a seringa hipodérmica, a anestesia, a penicilina, o estetoscópio, o medidor de pressão arterial, os processos de pasteurização e esterilização, os adubos artificiais, os vasos sanitários com descarga automática e o papel higiênico, a escova de dentes e o dentrífcio, o sabão em pó, os refrigerantes gasosos, o fogão a gás, o aquecedor elétrico, a Coca-Cola, a aspirina, o Sonrisal [...] (SEVECENKO, 2006: 09).

É a época em que as propagandas e anúncios de tais produtos surgem como brotações no entremeio dos mesmos jornais e revistas publicados pela intelectualidade curitibana, que além de veicularem textualmente os ideais da “novidade”, propagam gostos e modos de vida sob a linguagem da modernidade, especialmente a propaganda comercial.

Em meio às publicações iniciadas com tais intelectuais encontramos o surgimento das propagandas e anúncios que circularam pela Curitiba da época criando uma nova educação do olhar, uma nova sensibilidade estética

[...]é possível relacionar o lugar que as revistas curitibanas criaram para si com aquelas experiências narradas por Marcel Proust, nas quais os seus personagens tomavam as imagens da arte e da literatura como referência para formalizar as suas interpretações do mundo. Como “selos” a serem colocados sobre a realidade. Ou como quadros de referência que circulam entre o público, que se transformam em gostos, em parâmetros de comparação e juízo. Se ter um gosto é ter um quadro de referências a partir do qual cada um se habilita a julgar, isso se faz pela participação e circulação no mesmo espaço público em que se produzem os juízos e em que se busca algum acordo possível. E as imagens das revistas, naquele momento, se colocaram nesse espaço como pequenos “guias” diante da vida em permanente transformação (KAMINSKI, 2009: 15).

Concordamos com Kaminski e lançamos a hipótese desses novos gostos e juízos serem também construtores de novas [auto]concepções de sujeitos, e é possível que esses mesmos discursos “sexualizassem” tais sujeitos, indicando-lhes as formas moralmente distintas ou reprováveis de se autoconstruir.

Em nossa acepção, a modernidade em Curitiba se deu a partir de um processo de “hibridismo” (BAHBAH, 2003) onde a tradição não foi jogada fora ou destruída, onde o que é ultrapassado sempre deixa seu legado, num contexto em que valores arcaicos e

modernos se fundiram num amálgama que deixou como herança uma cultura mista às novas gerações. Nesse sentido Berberi cometa que os “sistemas de pensamento europeu foram integrados de forma crítica, seletiva, segundo os interesses políticos e culturais das camadas letradas, preocupados em articular estas ideias com a realidade local [de Curitiba]” (BERBERI, 1996: 14). Dessa forma os textos dos intelectuais são ao mesmo tempo construídos e construtores dessa modernidade fugidia, seria exagero pensar que são fundadores da modernização, mas certamente ajudaram a criar uma mitologia que a sustentou, dando-lhe um sentido, uma filosofia da história baseada nos ideais de progresso, de futuro e de masculinidade.

Nesse sentido buscamos delinear através dos anúncios publicitários e crônicas dos periódicos a forma ou o formato do homem visto como ideal, e com isso, deduzir quais valorações morais eram demandadas por tais discursos. As principais fontes estudadas para nossa pesquisa foram os periódicos O Dia (1924), Gazeta do Povo (1919), Diário da Tarde (1909); e também as revistas ilustradas de conteúdo literário como O Paraná (1910), O Olho da Rua (1910-1911) e Ilustração Paranaense (1927). Nessas fontes procuramos pelas descrições, idealizações e incentivos de uma masculinidade vista como ideal e desejável, e em oposição buscamos perceber também quais os tipos negativos, socialmente relegados à categoria de “abjeção”.

A moda, a saúde e a máquina como construtoras do homem ideal.

Segundo Souza a moda masculina no final do século XIX passou por constante processo de simplificação, onde o homem cada vez mais abandonou o vestuário excêntrico e chamativo, em prol de uma vestimenta que demonstrou uma moral de seriedade, de despojamento progressivo até chegar ao ascetismo. E isso reflete a “transformação do conceito rude de virilidade no ideal gracioso de gentil-homem” (SOUZA, 1987: 47).

A partir dessa proposição analisamos a moda como constituinte estética do homem dócil como um dos traços de masculinidade requerido pelo discurso da modernização. O discurso propagandístico e intelectual pôs a moda como valor

imprescindível a um homem moderno. Victor, ao contrapor o homem da Curitiba de hoje e de outrora, traça um perfil elogiado:

Vejam que diferença entre o porte destas senhoras agora e o ar acanhado, profundamente provinciano que elas tinham, em geral, há vinte ou trinta anos atrás... o que eu vira das damas via analogamente nos homens: sensível melhora no vestir masculino, todos de barba feita como no domingo de antigamente” (VICTOR, 1913: 123).

Aqui encontramos o desejo de Victor em imprimir um ideal de distinção entre os homens fisicamente robustos do passado em prol de um homem “smart”, melhor vestido e de barba feita, pronto para enfrentar a vida em uma grande metrópole, já que exatamente a presença desse modelo de homem transformaria a cidade em uma capital moderna. Mas deve-se ressaltar que a moda masculina é pura e simplesmente para o bom tom, não pode ser vista como ornamento de beleza: “o homem não tem necessidade de ser bello para se fazer amavel, basta-lhe a energia na lucta e [n]o espírito” (REVISTA MODERNA, 1916, s.n.), ou seja, se nesse ideário a beleza é atributo razoável e desejável, a energia – que aqui poderia ser traduzida como o trabalho – é mais importante.

Tratando desse aspecto da energia nos debruçamos sobre as propagandas de tônicos, emplastos, poções, xaropes, remédios e uma série de produtos que prometiam a cura para todo o tipo de males, muitos ainda desconhecidos pelos cidadãos da provinciana cidade que passava pela influência dos discursos médicos e sanitaristas da época.



O Dia, 30 de outubro de 1924

O argumento então é construtor de um jogo de valores, onde o não vigoroso e o velho são vistos como negativos, o mal que deve ser evitado. Já com o uso do remédio anunciado encontramos a “saúde e vitalidade” como contraposto ao mal causado pelas enfermidades. Segundo Rodrigues

O novo homem é a personificação da saúde física e moral. É imaginado na medida em que se desconstrói o homem doente. A cada órgão prejudicado, sangue contaminado, palidez e fraqueza de espírito são apresentados músculos, faces coradas, assepsia, vigor físico e moral. E, acima de tudo, um trabalhador, em qualquer campo que atue; um construtor da nação, organizado, disciplinado, correto em todas as atitudes (RODRIGUES, 1997: 15).

As diretrizes principais estão aqui traçadas, os valores de saúde, vigor, pátria, disciplina, trabalho e produção vão permear a construção discursiva dos homens daquela época onde os infinitos pares de oposição como jovem/velho, forte/fraco, trabalhador/ocioso vão influenciar na produção subjetiva do homem da época, que deve responder à sociedade e ao estado com o vigor dele requerido e demandado.

Sua forma e sua performance poderiam e deveriam ser comparadas com uma máquina, símbolo máximo da modernidade e do progresso na época. Assim analisamos alguns anúncios que brindavam um novo movimento e um novo homem:

Declaramos que o esplendor do mundo se enriqueceu com uma nova beleza: a beleza da velocidade [...] Queremos cantar o homem que dirige o volante [...] O tempo e o espaço morreram ontem. Já vivemos no Absoluto, visto que criamos a eterna velocidade onipresente” (DIÁRIO DA TARDE, 1909: s.n.)

Para além de uma simples apologia, trata-se de uma nova relação com o mundo e com o tempo

A relação entre o homem moderno e a realidade parece estar imprimida de uma fascinação pela máquina, pela humanização das máquinas e por uma maquinização do homem. Ao adaptar-se à máquina – no trabalho, nos hábitos cotidianos ou no lazer – o homem se transforma um pouco em máquina (BRANDÃO, 1994: 110).

Nessa imbricação encontramos mais algumas delineações do homem que se deseja: aquele que se funde com as máquinas, e que como elas, saiba desenvolver e incitar tanto o fascínio quanto a utilidade. Que seja capaz de surpreender seus pares com a beleza e a boa forma da estética moderna, que tenha o bom gosto e a medida de portar-se de forma altiva e desenvolta. Ao mesmo tempo que tenha a perícia e a técnica de manusear as máquinas, que saiba trabalhar e produzir de forma cada vez mais otimizada, que consiga trazer lucro, rentabilidade e sustento ao lar e à pátria através de sua potência e desempenho.

Todos esses aspectos nos permitem chegar a um homem considerado ideal, que na seguinte crônica podemos encontrar muitos traços:

[...] O Liberal do Novo Typo: é esse o homem com quem podemos contar, aquelle que no passado ajudou a Humanidade em sua marcha para a frente. Sua história é nobre e heróica. Durante o período da Reforma luctou para emancipar a consciência religiosa, para annular o direito divino dos reis, para restringir os abusos e as tyrantias de autoridade civil ou religiosa. Mais tarde luctou para proclamar os direitos do homem pala educação popular, pelo suffragio universal, pelas reivindicações sociaes e políticas da especie, etc. O novo liberal deve ser tolerante. Deve afastar-se o mais possível de cahir em um dos quatro casos em que o homem se torna inútil. Deve ser amigo do científico sem esquecer porem, que a sciencia não fundou a sociedade. A sociedade é o producto de emoções, esperanças, fracassos, êxitos, dores e alegrias do homem. Deve aliar-se com o homem de sciencia porque este pode ajudal-o a encontrar os factos, porem sem esquecer que não nos cria; os factos são anteriores a sciencia e elle deve tratar, ordenar e harmonisar esses factos. Deve afastar-se das paixões, prejuízos, ódios, fanatismos das multidões mas, esforçar-se por infundir esse liberalismo em si mesmo, em sua casa, em seu partido (GAZETA DO POVO, 1924, s.n.).

Além de toda a caracterização descrita pela crônica podemos considerar a medida, a autocontenção, o despojamento, o controle das paixões e das pulsões como carros chefes de sujeitos que devem responder a um exigente processo civilizador (ELIAS, 1994) trazido com a modernização da sociedade, e com essa, a sociedade disciplinar e todas suas normatizações (FOUCAULT, 2004), o que não tardará para resultar em certo mal estar da civilização (FREUD, 1930) e no homem “blasé”, incapaz de responder aos estímulos psicológicos da vida cosmopolita (SIMMEL, 1987). Nesse discurso a intensidade, os ódios, as paixões e os excessos na vida passaram a ser consideradas patologias ao bom homem e à sociedade curitibana.

O sujeito masculino aqui aparece como alvo de discursos que buscam modelá-lo com entalhes de minuciosa precisão, apresenta-se como destino prioritário de uma série de discursos que o regulamenta, que o normatiza, que o esquadrinha e que impõe normatizações sociais para a boa aceitação na sociedade. Da mesma forma que a questão da mulher como um sujeito dominado pela modernidade, o homem também foi esquadrinhado e molestado pelos próprios discursos de masculinidade. Sugerimos o repensar de certas posições teóricas há muito alicerçadas, que põem “os homens” – e não o falocentrismo – como dominadores e culpados pelos processos de exclusão advindos das estruturas de gênero e da modernização como um todo. Mesmo que “eles” tenham sido os emissores e beneficiários das novas estruturas de poder estabelecidas, é possível perceber que também foram receptores dos disciplinares discursos e desígnios da normatividade provenientes dos ideais de modernização.

Apontamentos finais

Brevemente, tivemos a pretensão de demonstrar alguns traços da relação entre os ideais provenientes do processo de urbanização/modernização de Curitiba e seus desdobramentos nas construções de subjetividades sexuadas, especialmente no tocante à masculinidade. Nosso argumento baseou-se na hipótese de que as mídias propagandísticas e os discursos intelectuais – recentemente implantados pela modernização – inauguraram novas formas de “construção de si” a partir da criação de novos parâmetros de subjetivação considerados socialmente corretos ou incorretos, para isso nos focamos no caso da masculinidade. Nesse caso, o conjunto de ideais visava à criação de um modelo de homem que correspondesse com um desejo específico de sociedade, que fortalecesse os laços da moral burguesa, que diferenciase as territorialidades públicas e privadas, que pusesse os corpos em funções de prontidão e trabalho, atividade, funcionalidade, lucro e utilidade. Preceitos que caíram como uma luva nos ideais de modernização que transpassavam a sociedade do século XIX e início do XX.

No campo discursivo dos periódicos curitibanos da época, o corpo é metáfora da cidade e a cidade é espelho do corpo das pessoas, obviamente é essa a estratégia

argumentativa que o próprio periódico usa, uma vez que deseja influenciar homens que respondam a um projeto específico de cidade, neste caso podemos usar como sinônimos a palavra cidade e a palavra homem. Caso se queira uma cidade forte, o homem que a habita deve ser viril, caso se queira uma cidade culta, o homem haverá de ser intelectualizado. Assim difundiram-se ideais de homens e de cidades enquanto imagens refletidas analogamente em espelhos de reflexo ampliado ou comprimido, mas nunca idêntico, numa relação dialógica entre os discursos intelectuais e propagandísticos presentes nos periódicos e as subjetividades individuais. Portanto, tanto a cidade quanto o homem presente nesses periódicos são feitos de papel: ideais e de utopias, num amálgama que influenciou nos modos de se constituir enquanto homem no processo de urbanização/modernização curitibano.

Referências

- BAHBAH, Homi K. *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.
- BERBERI, Elisabete. *Impressões: A modernidade através das crônicas no início do século em Curitiba*. Dissertação de Mestrado em História. UFPR, 1996.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007
- ELIAS, Norbert. *O Processo Civilizador*. Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994. Vol. 1
- FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- FREUD, Sigmund. O Mal-Estar na Civilização In. *Obras psicológicas completas*. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1930.
- KAMINSKI, Rosane. *Ilustrações de periódicos curitibanos entre 1900 e 1920: Investigação sobre as funções da imagem e seis aspectos históricos e estéticos*. Projeto de pesquisa apresentado ao Departamento de História. UFPR, 2009.
- MYSKIW, Antonio Marcos. Curitiba, “República das Letras (1870/1920)”. In: *Revista Eletrônica História em Reflexão*: Vol. 2, n. 3 – UFGD, Dourados, Jan/Jun, 2008.

RODRIGUES, Marília Mezzomo. "A prevenção da decadência" discurso médico e medicalização da sociedade (Curitiba - 1931/ 1942). Dissertação de mestrado em História, Curitiba: UFPR, 1997.

SEREZA, Luiz Carlos; GRUNER, Clóvis. Monstruosidades Sedutoras: As "Novellas Paranaenses" e a Invenção do Urbano. In: DENIPOTI, Cláudio e GRUNER, Clóvis (orgs.). *Nas tramas da ficção: história, literatura e leitura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

SEVECENKO, Nicolau (Org.). *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, Vol. 3, 2006.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio G. (Org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Guanabara, 4a. ed., 1987.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das Roupas: A Moda no Século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

VICTOR Nestor. *A terra do futuro* (Impressões do Paraná). Rio de Janeiro: Tipografia do "Jornal do Comércio" de Rodrigues & C., 1913.

Fontes

ACERVO DA BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARANÁ. Diário da Tarde, 25 de maio de 1909

_____ Gazeta do Povo, 14 de fevereiro de 1919; 16 de dezembro de 1924

_____ O Dia 13 de outubro de 1924; 30 de outubro de 1924

_____ A Bomba 1913; Revista Moderna, 1916. Acervo da Biblioteca Pública do Paraná. Imagens gentilmente fotografadas e cedidas pela Prof. Dra. Rosane Kaminski

ACERVO MUSEU PARANAENSE. Revista Moderna, 1916