
Para uma etnografia do cartão-postal: destaque para a garota carioca¹

Euler David de Siqueira (Universidade Federal de Juiz de Fora)²

Resumo

O corpo é lugar de destaque para se pensar a sociedade, a cultura e, notadamente, o turismo. Esse artigo busca conhecer como é construída a imagem da *garota carioca* assim como os sentidos e significados atribuídos a essas imagens nos cartões-postais. Não obstante, busco problematizar essas imagens com a construção do turismo na cidade do Rio de Janeiro. Com uma amostra não probabilística e do tipo intencional, analiso 8 oito cartões-postais. A partir de uma etnografia do cartão-postal, busquei interpretar os sentidos e significados de imagens cujas jovens, bronzeadas e que aparecem seminuas e de costas nas praias cariocas, são nomeadas como a *garota carioca*. Mais do que um apelo ao turismo sexual, o que evidenciaria um único sentido presente nos postais, os significados em torno da garota carioca são plurais, assim como as dimensões sociais presentes nas imagens.

Palavras-chaves

Cultura, turismo, representações sociais, imagens, corpo, cartão-postal.

Introdução

Nunca o corpo foi tão discutido e debatido como hoje em dia³. No turismo, o corpo assume uma importância fundamental. Na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, imagens de corpos femininos bronzeados, sensuais e vestindo biquínis, ainda podem ser encontradas em postais espalhados em bancas de jornal por toda a cidade (SIQUEIRA, SIQUEIRA, 2005). Além dos postais, mídia voltada preferencialmente para o turista, também é nas capas dos jornais, revistas e guias de serviços⁴ onde podemos encontrar fotografias de jovens mulheres bronzeadas de costas vestindo biquíni frequentando as praias *mais famosas* do Rio de Janeiro. Em comum, postais, revistas e jornais, exibem jovens mulheres

¹ Trabalho apresentado ao GT10 “Antropologia, turismo e responsabilidade social: sentidos e significados da diferença” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

² Cientista social, IFCH/UERJ, mestre e doutor em Sociologia, IFCS/UFRJ. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e do Departamento de Turismo do ICH/UFJF. Email: euler.david@ufjf.edu.br

³ Por exemplo, seja no nome de uma banda de pop rock chamada *biquíni cavado*, no nome de uma loja de roupas femininas chamada *Garota carioca* ou ainda à centralidade que muitas cariocas atribuem a um fabricante de calças jeans femininas chamada de *Gang*.

⁴ A atriz Juliana Paes, incluída entre as *dez chamadas belezas globais*, isto é, mulheres não-americanas, da revista People, justifica sua escolha devido a “um bumbum grande, porém firme”. A revista Veja, de 3 de maio de 2006, na seção *Gente*, ainda destaca que, a escolha de Juliana Paes, entre outras coisas, se deve a uma mistura de sensualidade e bronzeado.

seminuas sendo fotografadas de costas andando pela areia da praia, pelo calçadão ou deitadas em cangas em poses sensuais, ainda que haja diferenças dos sentidos dessas imagens. Contudo, o corpo feminino de biquini representado em postais da cidade do Rio de Janeiro já não pode mais ser veiculado, exposto e comercializado. Em novembro de 2005, uma lei estadual, sancionada pela governadora do estado do Rio de Janeiro, proibiu a circulação desses postais⁵. Mas, o que de fato se quer censurar? Por que o corpo seminu é proibido de aparecer nos postais das praias da cidade do Rio de Janeiro? Se postais e jornais exibem as nádegas de jovens bronzedas nas praias em pleno verão, até certo ponto uma cena corriqueira de uma cidade litorânea como o Rio de Janeiro, o que se quer proibir? Que representações e imagens turísticas são selecionadas e divulgadas como sendo representativas do turismo na cidade do Rio de Janeiro? Um outro exemplo, da centralidade do corpo e sua relação com o turismo na cidade, é significativo para se refletir sobre a questão em jogo. Refiro-me à praça da Apoteose, outro *cartão-postal* da cidade do Rio de Janeiro que exhibe, apoteoticamente e tipicamente, exclusivamente as nádegas de uma mulher: *a mulata*. Pensar o corpo e suas representações exige, então, uma reflexão. Esse artigo busca, então, conhecer como é construída a imagem da *garota carioca* assim como os sentidos e significados atribuídos a essas imagens nos cartões-postais ao mesmo tempo em que se busca problematizar sua relação com a construção do turismo na cidade do Rio de Janeiro. Esse artigo também tem, como objetivo, dar prosseguimento à tarefa iniciada por Marcel Mauss “où il esquissait en même temps sur ce thème et pour ses successeurs un vaste et ambitieux programme de recherches qui jusqu’à ce jour n’a malheureusement pas été réalisé, ni même, selon nous, sérieusement ébauché (BERNARD, 1995, p.123).

Corpo, praça e espetáculo

Na cidade do Rio de Janeiro, a praça e o corpo, ou melhor ainda, as nádegas, se fundiram na Apoteose⁶, um dos principais pontos turísticos da cidade. O nome já é bem sugestivo. Mas não é o corpo da mulata - ou pelo menos não o corpo em sua totalidade -

⁵ Lei estadual n.o 2813/2005 que proíbe a veiculação, a exposição e venda de cartões-postais em que as fotos das mulheres em trajes sumários que não mantenham relação ou não estejam inseridas na imagem original dos cartões-postais. Até bem pouco tempo, nada era dito sobre esses cartões, facilmente identificados em bancas de jornais. Muito ao contrário, não faz muito tempo, esses mesmos postais eram utilizados como material de propaganda pela EMBRATUR(confirmada essa informação da internet).

⁶ Praça localizada na passarela do Samba, na Avenida Marques de Sapucaí, Centro da cidade do Rio de Janeiro, local de chegada das escolas de samba nos desfiles de carnaval.

que aparece na praça da apoteose, lugar público por excelência; são as próprias nádegas e nada além delas o tema de uma obra de arquitetura e engenharia de tamanha envergadura⁷. Talvez mesmo o monumento em homenagem as nádegas da mulata tenha ganhado destaque ao refletir a importância que essa parte do corpo feminino possui à sociedade brasileira e a sua relação às demais partes do corpo. No cotidiano, as nádegas são alvo de olhares atentos quando em um lugar público. E não poderia ser diferente, já que são notadas, vistas, observadas e seguidas por olhares atentos de homens que voltam seus rostos quando da passagem de uma mulher pela rua. É no espaço público que as nádegas ganham comentários entusiasmados em rodas de amigos e mesmo entre desconhecidos⁸, de frequentadores de botequins a pessoas que estão na ruas e praças. A célebre letra de Vinícius de Moraes, *Garota de Ipanema*, não deixa dúvidas de que, quando *ela* passa, ganha inúmeros comentários que focam, acredito, suas nádegas: “*Olha que coisa mais linda, Mais cheia de graça, É ela menina que vem e que passa, Num doce balanço a caminho do mar, Moça do corpo dourado, Do sol de Ipanema, O seu balançado é mais que um poema, É a coisa mais linda que já vi passar*”. Não são somente suas nádegas que são vistas *por detrás* mas, também, o bronzeado de sua pele, devidamente dourada, que aparece associada com o sol, não um sol qualquer, mas um sol que brilha exclusivamente em Ipanema - novamente um lugar turístico importante da cidade - e em mais nenhum outro lugar. A garota de Ipanema não passa andando; passa balançando as *ancas* docemente; ancas que são como um *poema* que remete ao campo da emoção e da *viagem* que faz o poeta pelo corpo da *garota*. Em poucas palavras, as ancas da mulher bronzeada (FREYRE, 1986), ganham destaque, seja em praças públicas, ruas, ou mesmo nos cartões-postais porque, antes de tudo, ela seria um dos elementos fundantes da forma como nós nos pensamos como brasileiros. As nádegas parecem ocupar, então, uma das partes centrais do corpo que se quer destacar e associar com o turismo na cidade do Rio de Janeiro, corpo esse

⁷ Aqui aparece uma oposição central que se estabelece entre as nádegas da mulata de carne e osso, deteriorável, sujeita ao tempo e ao perecimento, e o monumento de concreto, feito para durar, incorruptível, não perecível, eterno como o tempo mítico que o carnaval recria ciclicamente.

⁸ Quantas vezes anônimos, cruzando na rua, não tecem comentários sobre as nádegas protuberantes de uma desconhecida qualquer? Por um momento apenas, estranhos se aproximam e rompem o isolamento típico que a metrópole exige tendo a bunda como elemento de identificação.

nomeado como sendo o da *garota carioca*. A importância das nádegas⁹ são, de tal monta, que ela ganha destaque em documentários televisivos com o sugestivo nome de “Preferência nacional”¹⁰.

A partir de amostra de 8 postais de jovens mulheres bronzeadas de costas nas praias cariocas, percebo uma diferença em relação aos primeiros estudo dos postais das praias cariocas (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2005): a imagem das mulheres aparece em destaque em relação à outras imagens e, no verso do postal, pode-se ler “...destaque para a *garota carioca* ou para a *garota na praia*”. Imagem e linguagem parecem se fundir no postal, complementando-se. Assim, uma das características do cartão-postal seria a de ele ser “um documento que pressupõe identificação pronta, mensagem visual completada por algumas linhas de mensagem escrita, freqüentemente carregadas de calor”(TOLEDO *apud* MORENO, 2005, p.02). Nessa segunda amostra de postais, portanto, há uma identidade que se quer afirmar, porque não, explicitar: *é a garota carioca* que aparece em praias da Zona Sul ou quando muito, da Barra da Tijuca, litoral da Zona Oeste. Olhando antropologicamente mais de perto, para enxergar um pouco mais longe ou, simplesmente, querendo enxergar de longe algo que me é próximo, aquele corpo, seminu e bronzeado, que aparece tão próximo e conhecido, afinal, não parece ser tão familiar assim (VELHO, 1978).

Imagem, cartões-postais e pensamento

O corpo é uma importante categoria de pensamento. Pensamos a partir de representações sociais, quadros coletivos de pensamento que nada devem ao indivíduo (DURKHEIM, 1978). Elas são os quadros mais estáveis, a ossatura do pensamento, responsáveis por proporcionar alguma ordem e classificação de um mundo caótico e que em si mesmo não tem o menor sentido (LÉVI-STRAUSS, 1989). Pensamos também por imagens, elas próprias representações sociais. Como representações do mundo, imagens se interpõe entre o homem e o mundo. Nossa comunicação com o mundo não é direta, nem poderia ser. A mediação simbólica se faz necessária. A natureza se encontra, de uma vez por todas, velada à penetração de nosso olhar e intelecto. Precisamos rerepresentar, algo que não conhecemos, como fenômeno. Pensamos por signos, símbolos, etc., elementos que

⁹ Da forma como aparecem as nádegas, no volume e forma que são mostradas nos postais, protuberantes, curvilíneas, exuberantes, empinadas ou levantadas, consistentes ou densas, lisas, etc., parece-se atestar aspectos de um corpo que se quer revelar e caricaturar: o corpo da *garota carioca*.

¹⁰ Em 27 de março de 2006, o canal de TV por assinatura GNT, exibira seu primeiro documentário chamado “Preferência nacional” que toma como tema, a bunda.

possibilitam que algo que não pode aparecer diretamente, ganhe sentido e possa ordenar o fluxo de sensações tanto do mundo exterior quanto do interior (GEERTZ, 1978). Mas, fotografias e cartões-postais não são a mesma coisa. Um cartão-postal é uma fotografia, mas uma fotografia não é um cartão-postal. Segundo Carvalho (2000), “A fotografia permite uma identificação perceptiva elementar. E contém movimentos, gestos, posturas, trajés, costumes, tradições, cotidiano” (2000, p.148). Dessa forma, cartões-postais podem ser tomados como formas de representação sociais. Mas, que formas seriam essas? Segundo Toledo (2005), a principal diferença entre a foto jornalística e o cartão-postal residiria em que “Ao contrário da foto jornalística, o cartão-postal procura eliminar o acidental, o episódico (...) Embora os cartões-postais sejam um registro do melhor ângulo da paisagem, eles conseguem captar o momento real da cidade” (TOLEDO *apud* MORENO, 2005, p.03). Como nomear o cartão-postal? *O melhor lugar do mundo é aqui!*¹¹ Talvez, seja isso que um cartão-postal queira dizer. Cartões-postais representam algo, querem dizer alguma coisa. Mas, mais importante do que mostram, é o que não mostram. Ao se confrontar com o cartão-postal, o turista tem diante de seus olhos muito menos do que está presente no lugar turístico¹². No postal, não são representadas cenas comuns e cotidianas dos moradores locais porque, acredita-se, elas não interessam ao turista cujo, olhar, estaria em busca do inusitado, do exótico e do fantástico. Visto dessa maneira, o cartão-postal hierarquiza, separa, delimita, filtra, deforma, fundindo e sobrepondo imagens. Em outras palavras, o postal é ambíguo, cujos significados são flutuantes como é o próprio imaginário dos turistas.

Pode a fotografia ser considerada uma linguagem? Para Barthes (1995), a fotografia, apesar de sua natureza analógica, pode ser entendida como uma linguagem, pois, “é, paradoxalmente, pelo estilo, e só pelo estilo, que a fotografia é linguagem” (1995, p.386). Barthes diz desconhecer quais seriam os significantes da fotografia, afinal, diferentemente

¹¹ Recentemente, turistas estrangeiros e nacionais que visitam o Pão-de-Açúcar podem escolher entre um postal com o cristo redentor virado de costas para a baía de Guanabara e com o Pão-de-Açúcar ao seu lado pagando para isso R\$ 75,00 ou pagar R\$ 25,00 com a imagem no Cristo Redentor em sua posição normal, de frente para a baía de Guanabara e com a floresta da Tijuca ao fundo (FIGUEIRAS, 2006, p.A11). Mais do que uma questão de se o turista é ou não enganado pelo carioca malandro, estamos falando de imagens e imaginários. E o postal é um dos lugares centrais onde as representações sociais e o imaginário coletivo de uma sociedade podem se sedimentar ou depositar.

¹² Calor, sujeira, barulho, poluição, flanelinhas, assaltantes, menores de rua, taxistas inescrupulosos, engarrafamentos, além, é claro, do próprio fotógrafo.

das palavras, tomadas como signo e já preenchidas de significados, a fotografia, pela impossibilidade de operar a descontinuidade com o que é fotografado, peca por ser desprovida de significados prévios. A fotografia é, então, marcada por uma dupla ausência. Ela copia mecanicamente seu referente, por isso, afirma Barthes, não pode ser arte. Por outro lado, carece dos três planos da natureza. Assim, contendo somente dois planos, ela não pode ser a apreensão do objeto natural (BARTHES, 1995, p.388). Tomando como minhas, as palavras de Barthes, se é através do estilo e da composição que as imagens fotográficas podem pleitear o estatuto de linguagem, então, os postais das praias cariocas, por seu estilo e composição de uma fotografia, “funcionam como uma linguagem segunda que informa sobre a realidade e sobre o fotógrafo: é o que se chama conotação, que é do campo da linguagem” (1995, p.385). Não muito diferente é a posição de Vilém Flusser, para quem as imagens “são superfícies que pretendem representar algo (...) a imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens” (2002,p.07). Ainda de acordo com Flusser, “Imagens não são conjuntos de símbolos com significados inequívocos, como o são as cifras: não são “denotativas”. Imagens oferecem aos seus receptores um espaço interpretativo: símbolos “conotativos” (2002, p.08). Se tomamos imagens¹³ como signos, então, a imagem é composta por um significante e um significado. Imagens, como já dito por Flusser, não possuem seu significado claro (denotação); reclamam uma interpretação de um significado que não está claro (conotação) – o estilo ou a composição de que fala Barthes. Imagens representadas em cartões-postais, como me proponho a interpretar, requerem um ir além do significante e do próprio signo, já que, no postal, a imagem signíca é tratada como significante. Assim, “No essencial, a situação não poderia ser diferente em Semiologia, em que objetos, imagens, gestos, etc., tanto quanto sejam significantes, remetem a algo que só é dizível por meio deles” (BARTHES, 1979, p.46). Para Barthes, o significante é um mediador: a matéria¹⁴ é lhe necessária (1979, p.50). A significação é, ao contrário do que pensa o senso comum, obra coletiva, devedora da forma como os homens constroem

¹³ Barthes afirma em uma nota de rodapé que a imagem é comunicante e não significante.

¹⁴ É preciso, porém, distinguir entre matéria e substância, como aconselha Barthes. O significante é devedor da matéria, mas a substância do significado não é material. Somente “a substância do significante é sempre material (sons, objetos, imagens) (1979, p.50). A dimensão material da fotografia como cartão-postal é a superfície, a matéria a suportar, juntamente com a imagem técnica, os significados conceituais substanciais, que não aparecem nas imagens. Ainda assim, no processo de aproximação e união entre significante e significado, temos a significação.

categorias de pensamento ou representações sociais nos dizeres de Durkheim. Assim, posto nesses termos, Barthes explica que

“a associação entre o som e a representação psíquica é o fruto de uma preparação coletiva (por exemplo, de aprendizagem da língua francesa); esta associação – que é a significação – não é absolutamente arbitrária (francês algum têm liberdade para modificá-la), mas, muito ao contrário, necessária”(1979, p.53).

Tradicionalmente, imagens são responsáveis pelo encantamento do mundo ou por sua magicização (FLÜSSER, 2002). Quando olhamos uma imagem, como um cartão-postal, por exemplo, podemos apreender o seu significado pela forma como nosso olhar retorna circularmente a algo que nos chama a atenção. Conforme Flüsser,

“Ao circular pela superfície, o olhar tende a voltar sempre para elementos preferenciais. Tais elementos passar a ser centrais, portadores preferenciais do significado (...) O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens eternalizem eventos; elas substituem eventos por cenas (2002, p.08).

A Fotografia e o cartão-postal são veículos de informação, sentidos e significados. Dizem algo a respeito de alguém ou de alguma coisa. Conforme Carvalho,

“A imagem, entre outras possibilidades, estabelece a relação entre o homem e o mundo” (...) O mapa rodoviário, o cartão-postal ilustrado, as cartas de baralho também carregam imagens que informam sobre a humanidade. Esse caráter da imagem está muito presente no cotidiano. O fato é que o espectador dialoga com a imagem (...) O espectador, ao utilizar o seu saber prévio, supre o não representado. Considerando que a imagem, em si, nunca pode representar tudo, a complementação dá-se pelo espectador. (...) O Espectador está constantemente “reconhecendo”e “rememorando” por meio de imagens (2000, p.146).

Em si mesmas, imagens não significam nada. Elas precisam ser sentidas, observadas e interpretadas por um sujeito que as dinamiza, também, com seu imaginário. Aquele que vê um postal ou uma foto, turista ou não, dialoga com a imagem, lhe complementando ou alimentando com novos sentidos e significados. Nesse sentido, o turista pode ser entendido como o sujeito que, ao adicionar imagens às dos cartões-postais, põe seu imaginário a misturar, fundir e refundir imagens dinamicamente.

Corpo e turismo na praia: técnicas corporais

Se o corpo ocupa espaços e lugares já não habitados por outras estruturas e instituições sociais, ele é *sintoma da cultura*, diz Santaella que, diz ainda, “Ele está em

todos os lugares. Comentado, transfigurado, pesquisado, dissecado na filosofia, no pensamento feminista, nos estudos culturais, nas ciências naturais e sociais, nas artes e literatura” (2004, p.133). O corpo aparece representado no cartão-postal, mas não aparece de qualquer forma, tempo, horário, posição e lugar. O corpo feminino bronzeado está lá, retratado no postal, assim como também a praia, a paisagem urbana, o dia de sol, os banhistas, o trânsito na orla, etc., como em uma cena cotidiana. Mas o corpo feminino se torna ainda mais significativo quando ambos, corpo feminino, turismo e praia, ganham destaque. Mais uma vez, não se trata de qualquer praia e de qualquer corpo: são praias da Zona Sul e, o corpo, o da *garota carioca*. Da mesma forma que os postais não retratam aspectos que se quer ocultar, como praias poluídas, com línguas negras, algo esteticamente desagradável (eu perguntaria, aos olhos de quem?), também as nádegas não podem aparecer de qualquer maneira e em qualquer lugar. Fotografias de mulheres bronzeadas em postais das praias cariocas versam sobre a forma como o corpo é representado pela sociedade. Vejo o corpo presente nos postais tal como já apontara Marcel Mauss em *As técnicas corporais* (1974). Se corpos femininos são representados em gestos próprios nos postais, eles estão a imprimir técnicas cujas sociedades possuem um estoque de *formas próprias*. Isso implica em, antes de tudo, conceber “as maneiras como os homens, sociedade por sociedade e de maneira tradicional, sabem servir-se de seus corpos” (MAUSS, 1974, p.211). O corpo feminino, nos postais das praias cariocas, é uma *façon culturel* de como sabemos servir-nos do corpo para os mais diferentes fins, inclusive os turísticos. Nesse caso, o corpo representado em superfícies como imagens abstraídas de dois planos, veicula sentidos, possibilita a emergência de significados, mobiliza ou desmobiliza ações e comportamentos, sinaliza, comunica, identifica, sugere laços, vínculos, proximidades. Assim, se queremos compreender o turista, temos, então, de entender que imagens estamos comunicando.

A literatura convencional sobre turismo, em geral, vê o corpo como um dado natural, simples resultado de forças internas da psiquê humana ou ainda algo sobredeterminado pelas dimensões fisiológica e mecânica. Marcel Mauss, já adiantara que, sob a nomenclatura de técnicas corporais, o corpo aparece muito mais como um lugar de *intervenção do social e do coletivo* ao invés de “simplesmente um produto de não sei que agenciamentos e mecanismos puramente individuais, quase que inteiramente psíquicos”(1974, p.214). Sobre a forma como o corpo feminino aparece nos postais nas

praias cariocas, afirmo que ele representa técnicas corporais próprias que, em geral, operam da mesma forma que uma linguagem composta de elementos simbólicos mínimos significativos que se opõem. Nos postais ou onde quer que vejamos gestos e atos traduzidos em técnicas corporais, “selecionam-se paradas e movimentos” (...) “antes de tudo, um sistema de montagens simbólicas” (MAUSS, 1974, 212-218). A forma como a *garota carioca* é representada nos postais das praias cariocas não deixa dúvidas de que se trata, aqui, como em qualquer lugar, de “uma série de atos montados, e montados no indivíduo não simplesmente por ele mesmo, mas por toda a sua educação, por toda a sociedade da qual ele faz parte, no lugar que ele nela ocupa” (1974, p.218). Hábitos e técnicas próprias de uma sociedade estão longe de compreender um comportamento idêntico, repetitivo, mecânico, automático. São, acima de tudo, gestos dotados de significados; possuem uma história; são o resultado de uma educação. É ainda Mauss quem assinala que, como *habitus*, a palavra latina expressa o caráter social e coletivo de nossas ações e gestos. *Habitus* tal qual define Mauss, em nada se aproxima da palavra hábito¹⁵ implicando comportamento repetitivo, não criativo. Técnicas corporais são um conjunto de instrumentos simbólicos, ritmados e ritualizados prontos a comunicar e a simbolizar no e pelo corpo. Se Mauss diz técnica corporal, Freyre diz modas, de homem e de mulher. Entre ambos, guardadas as devidas proporções há pontos em comum. É interessante ressaltar que Gilberto Freyre (1986) já chamava a atenção à forma como a mulher brasileira, tropicalizada e miscigenada, não possui nem os excessos de protuberâncias das africanas quanto a carência das caucasianas¹⁶. Para Freyre, no andar da brasileira, pode-se perceber a lenta e gradual formação de um estilo, um ritmo tradicional. A brasileira, mestiça, mulher Ibero-americana, assimilou o andar como que dançando da africana¹⁷. Assim, segundo o autor, “A grande número de mulheres brasileiras, a miscigenação pode-se sugerir ter dado ritmos de andar e,

¹⁵ Essa noção de hábito, de disposição, tratada há mais de 2.500 anos por Aristóteles através da noção grega *Héxis*, será recuperada mais tarde no conceito de “*habitus*”, de Bourdieu. A diferença introduzida por Bourdieu é a de que o *Habitus* é dotado de força criativa, capaz de introduzir alterações na estrutura social a fim de explicar as mudanças e dinâmicas sociais.

¹⁶ É interessante observar que, estabelecida a oposição entre as nádegas protuberantes da negra e a carência da caucasiana, construímos categorias tais como *as com e as sem bunda*. Na verdade, toda mulher possui “bunda”; simbolicamente, atribuímos um valor maior as nádegas mais protuberantes do que as em menor volume.

¹⁷ A garota de Ipanema, caucasiana, mas bronzeada, tropicalizada, totemicamente representada por um nome indígena, carrega consigo, em seu andar, formas de uma cultura negra africana. A hibridização também se dá no plano corporal.

portanto, de flexões de corpo, susceptíveis de serem considerados afrodisíacos” (1986, p.61). Se nos postais o corpo feminino que aparece de costas está bronzeado, talvez Freyre apresente uma razão quando descorre sobre o mito da moura encantada que “é quase certo ter sido uma mulher de quadris amplos e ondulantes, sem prejuízo de sua dignidade” (1986, p.68). O que eu gostaria de ressaltar é que, quando falamos de postais das praias cariocas, o destaque às costas e às nádegas de um corpo feminino, bronzeado e *em forma*, encontra, na tradição de nossa formação cultural, inúmeros argumentos. Afinal, quem diz técnica, diz tradição, saber e educação. Em sua definição de técnica corporal como “um ato tradicional eficaz (e vejam que, nisto, não difere do ato mágico, religioso, simbólico). É preciso que seja tradicional e eficaz. Não há técnica e tão-pouco transmissão se não há tradição” (1974, p.217) Mauss atribuiu um sentido especial à dimensão da eficácia. Afirmo que, o corpo representado no postal, age eficazmente. Ele é simbolicamente eficaz. O que estou querendo dizer é que, para que o postal tenha eficácia, para que seja eficaz, para que mobilize o olhar e o imaginário do turista, por exemplo, é preciso que as formas corporais ajam eficazmente. Onde? A começar pelo imaginário. Além disso, são formas eficazes tradicionais, são o resultado de um longo processo que não acontece por acaso, nem de uma hora para outra. Em primeiro lugar, os corpos femininos bronzeados têm de aparecer de costas, de biquini e com as nádegas ocupando o *centro da cena*. As pernas devem ser levemente dobradas, as nádegas empinadas e o biquini, cavado, revelando o máximo que puder sem mostrar aquilo que é posto por conta própria do imaginário do turista. O corpo feminino parece possuir vida, eficácia mágica, pois a imagem se traduz por despertar o desejo, o interesse e o olhar daqueles que vêm e que volta circularmente sobre certas imagens. Vinícius de Moraes não disse em vão que a *garota de Ipanema* caminha *balançando as ancas como em um poema*. O poema, como as imagens, são mágicos e eficazes assim como o balanço das ancas e das nádegas da *garota carioca*. Em outras palavras,

A imagem age sobre o espectador. Entretanto, imagem e espectador são parecidos. Para ler imagens precisamos fazer o contrário do que geralmente se faz: imaginar primeiro para depois compreender. Todos contemplamos a mesma imagem mas, ao falar sobre ela, cada um lhe atribui significados diferentes. O significado não está, predominantemente, no que se vê, mas, na narrativa que elaboramos sobre o que se observa (CARVALHO, 2000, p.146).

É nesse sentido que tomo como minha, a classificação das técnicas corporais da garota carioca como sendo o resultado de um treinamento que possibilita um rendimento eficaz tradicional que,

como a montagem de uma máquina, é a procura, a aquisição de um rendimento. Trata-se aqui de um rendimento humano. Essas técnicas são pois as normas humanas do treinamento humano. (...) Eu poderia, por conseguinte, compará-las em certa medida – elas mesmas e suas transmissões – a treinamentos, e classificá-las por ordem de eficácia (...) de destreza. Mas, em francês, dispomos apenas de um termo ruim, “habile” (hábil), que traduz imperfeitamente a palavra latina “habilis”, bem melhor para designar as pessoas que possuem o sentido da adaptação de todos os seus movimentos bem coordenados aos fins, que têm hábitos, que “sabem fazer” algo. (...) é a habilidade em algo” (1974,p.220).

As mulheres que aparecem nos postais sob a denominação geral de *garota carioca* sabem fazer algo e o fazem eficazmente. Sabem andar sensualmente ao longo do calçadão, dar pequenos mergulhos enquanto são observadas na areia ou no mar; dar pulinhos sobre as ondas, deitar ou sentar-se sobre cangas em poses sensuais, cruzar e descruzar pernas, deixar a mostra partes do corpo ressaltando-as, arrumar delicadamente as partes superior e inferior do biquini. Enfim, possuem um *savoir faire* corporal resultado de hibridizações.

Destaque para a *garota carioca*

A proximidade entre a *garota carioca* que aparece nos postais das praias cariocas e a prostituta é sintomática de um imaginário que vê turistas viajando em busca de relações sexuais com as mulheres da localidade. Mas isso é apenas parte de uma pluralidade de significados diversos. É de um olhar antropológico que precisamos nesse momento. Discutindo a aproximação entre o código simbólico da comida, DaMatta (1998) o aproxima da forma como situamos a mulher em nossa sociedade. Ocupando o espaço da rua, a *garota carioca* representa, de alguma maneira, algo que encerra uma proibição moral, um tabú¹⁸. Afinal, nas palavras de DaMatta “nem tudo que alimenta é sempre bom ou socialmente aceitável” (1998, p.55). Se admitirmos que a garota carioca é transformada em prostituta pela forma em que aparece nos postais, uma das acusações mais comuns às fotografias nos postais, então, ela traz uma ameaça ao reino da casa, da família, da moral e dos *bons costumes*. Assim segundo DaMatta,

¹⁸ Na rua, o corpo da garota carioca estaria em uma situação próxima ao dos ritos negativos ou tabu que “são ritos de evitamento que visam limitar o contacto entre o sagrado e o profano e que preparam o iniciado para a entrada no domínio do sagrado. A passagem do profano ao sagrado é marcada pela abstinência sexual ou alimentar, provações físicas e uso de roupas específicas”(SEGALEN, 2000, p.14).

Falamos que “mulher oferecida não é comida”, num trocadilho chulo mas revelador da associação, intrigante para estrangeiros, entre o ato sexual e o ato de ingerir alimentos. Entre a mulher da rua, a prostituta, ou a mulher que controla e é dona de sua capacidade de sedução e sexualidade, e certos tipos de alimento. (...) Ora, a mulher da rua, essa que é a comida de todos, é algo muito diferente. Em contraste com a mãe, a virgem e a boa esposa, ela surge como aquela mulher que pode literalmente causar indigestão nos homens, provocando a sua perturbação moral (1998, p.58).

Relacionada a um universo simbólico perigoso, como o são o das *comidas de rua*, que podem nos trazer problemas digestivos e intoxicações, a comida “permite realizar uma importante mediação entre cabeça e barriga, o corpo e alma (...) e, ainda, um código digestivo, posto que no Brasil também classificamos os alimentos por sua capacidade de permitir ou não uma digestão fácil e agradável” (1998, p.53). Simbolicamente, arrisco a dizer que o turista “*come*” a *garota carioca* com os olhos e com o intelecto mas, visando o estômago, o prazer sexual. Admitindo que mulher e comida, cru e cozido, alimento e comida, podem ser equacionados simbolicamente no Brasil e, dessa forma, situar pessoas e coisas como em um mapa para lá de hierarquizado, a *garota carioca* que aparece nos postais é classificada como *comida para turistas*. Como *comida para turistas*, afinal, são *eles* os englobados pelas mulheres, para nós, anfitriões, a *garota carioca* representa uma comida perigosa e indigesta quando no interior da casa e da família, pois, poderia englobar aquilo que é comido, já que “o ato sexual pode ser traduzido como um ato de “comer”, abarcar, englobar, ingerir ou circunscrever totalmente aquilo que é (ou foi) comido”(1998, p.60). Então, podemos equacionar comida, mulher de rua, anfitrião, turista, cartão-postal, cidade, praia e turismo. As implicações dos postais das praias cariocas vão além da acusação simplista de turismo sexual, eles põe em jogo nossa própria maneira de nos pensarmos a partir da forma como pensamos os turistas, comida, o corpo, a cidade, o turismo, o lar e a família.

Considerações finais

Nos postais analisados nesse trabalho é o corpo e suas técnicas, acima de tudo, que estão em evidência. O corpo seminu é o lugar de destaque, categoria fundamental de pensamento presente no postal. A despeito das muitas vozes que se posicionam em relação a esses postais, eles são uma das muitas manifestações do turismo na cidade. Esses cartões significam, acredito, muito mais do que um suposto apelo ao turismo sexual, afinal, parte do significado do postal não está nele mesmo, depende do espectador. Nos postais, é

possível perceber corpos femininos expressando formas sociais próprias, técnicas corporais, produtos de nossa histórica, falas míticas, fatos de tradição, senão, de educação dos corpos femininos à praia. Mas esses sentidos também estão presentes em fotos de jornais e revistas sobre as quais nada se diz. O corpo feminino, bronzeado e seminu que é introduzido na cena “original” da praia, não deixa de ser, ele mesmo, um dos elementos da cena, original em sua *representação* para turistas. Contudo, nos postais das praias cariocas, o corpo da *garota carioca* é alçado como o típico representante da cidade, num movimento reducionista com prejuízos à alteridade e à diferença. Bronzeado, representado à praia, seminu em poses sensuais, a *garota carioca* oculta a diversidade de corpos, gestos, lugares e situações que a cidade do Rio de Janeiro comporta. As praias de Ipanema e Copacabana, assim como as da Barra da Tijuca, povoam os imaginários de turistas em todo o mundo com mensagens de um lugar cujos corpos, em poses sensuais e em trajes sumários, podem ser encontrados durante todo o dia. Os postais da *garota carioca* são portas abertas a revelar imaginários plurais para aqueles que os vêem. Há quem neles veja um forte apelo ao turismo sexual e, dessa forma, uma forma de propaganda negativa que deturpa nossas belas paisagens. Por outro lado, há quem neles veja um bom objeto de pesquisa ou somente uma forma de trabalho ou negócio. Há ainda quem veja neles uma terra cuja as mulheres exibem saúde, liberdade, animação, graça e sensualidade. Eu diria que, longe de haver uma *garota carioca*, há, sim, muitas *garotas cariocas*. Longe do turismo na cidade do Rio de Janeiro ser reduzido a apenas praias como Ipanema, Copacabana ou Barra da Tijuca, há outras praias, como as da Zona Oeste, com suas culturas locais próprias, assim como diversos corpos também com suas formas próprias. O ponto aqui central a focar é que, para o turismo produzido na cidade do Rio de Janeiro, tudo aquilo que escapa ao modelo *cidade maravilhosa* se torna elemento antitético do turismo.

Bibliografia:

AUGÉ, Marc. *A guerra dos sonhos*. Campinas: Papirus, 1997.

_____. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

BARTHES, Roland. Sobre a fotografia. In: *O grão da voz*. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1995. p.385-392.

_____. *O grão da voz*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

_____. *Mitologias*. 4. ed. São Paulo: Difel, 1980.

_____. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1979.

BENJAMIN, WALTER. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 6.ed. São Paulo: Brasiliense, 1993. p.165-196. (Obras escolhidas, v.1)

BERNARD, Michel. *Le corps*. Paris: Éditions du Seuil, 1995.

BRUMANA, Fernando. *Antropologia dos sentidos: introdução às idéias de Marcel Mauss*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CARVALHO, Yara Maria de. Imagens e lazer. In: *Temas sobre lazer*. Helena Turini Bruhns (Org.). Campinas: Autores Associados, 2000. p.145-156.

DAMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

DURKHEIM, Emile. As formas elementares da vida religiosa. In: (____). *Os pensadores*. São Paulo: Abril, 1973, p. 505-550.

FREYRE, Gilberto. *Modos de homen e modas de mulher*. Rio de Janeiro: Record, 1986.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

GOLDENBERG, Mirian, RAMOS, Marcelo Silva. *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.19-40.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

LAPLANTINE, François, TRINDADE, Liane. *O que é imaginário*. São Paulo: Brasiliense, 1997.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. Campinas: Papyrus, 1989.

MAUSS, Marcel. As técnicas corporais. In: (____). *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Edusp, 1974. v. II. p. 209-234.

MORAES, Vinícius. *Garota de Ipanema. Testamento...*Faixa 9, RGE, 1978. CD-ROM.

MORENO, Juliana Kiyomura. São Paulo cresce e se envaidece....em imagens que vão pelo mundo.. Disponível em <http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2002/jusp583/caderno/especial01.html> Acesso em: 27/04/2005.

SANTAELLA, Lúcia. *Corpo e comunicação, sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, R. J. *Imagens do turismo, cultura e lugares híbridos em Gramado e Canela, RS*. Trabalho apresentado no NP-19, Comunicação, turismo e hospitalidade, do XXVIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação-INTERCOM, Rio de Janeiro, UERJ, 5-7, Set./2005. p.14.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de lingüística geral*. 20. ed. São Paulo: Cultrix, 1995.

SIQUEIRA, Euler David de, SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas*. Trabalho apresentado no NP-19, Comunicação, turismo e

hospitalidade, do XXVIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação-INTERCOM, Rio de Janeiro, UERJ, 5-9,Set./2005. p.15.

SIQUEIRA, Euler David de, SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Samba no Galeão: corpo, cultura e representações do Rio de Janeiro*. Trabalho apresentado no VIII ENTBL-Encontro nacional de Turismo com base local, Curitiba, 6-13 Nov./2004. p.15.

VEJA. Beleza para todo lado que se olha. *Gente*. Ano 39, n.17, 03/Mai./2006. p.91.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: *A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Edson de Oliveira Nunes (Org.). Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p.36-46.