

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

CRISTIANE SPICALSKI

A REVISTA GRANDE HOTEL E AS REPRESENTAÇÕES DAS RELAÇÕES  
AMOROSAS NAS FOTONOVelas: CONGRUÊNCIAS E DISSONÂNCIAS EM  
PUBLICAÇÕES NA DÉCADA DE 1960.

PONTA GROSSA  
2020

CRISTIANE SPICALSKI

A REVISTA GRANDE HOTEL E AS REPRESENTAÇÕES DAS RELAÇÕES  
AMOROSAS NAS FOTONOVelas: CONGRUÊNCIAS E DISSONÂNCIAS EM  
PUBLICAÇÕES NA DÉCADA DE 1960.

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Ponta Grossa, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em História.

Orientadora: Prof. Dr. Patricia Camera Varela

PONTA GROSSA  
2020

S754 Spicalski, Cristiane  
A Revista Grande Hotel e as representações das relações amorosas nas fotonovelas: congruências e dissonâncias em publicações na década de 1960 / Cristiane Spicalski. Ponta Grossa, 2020.  
122 f.

Dissertação (Mestrado em História - Área de Concentração: História, cultura e identidades), Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Profa. Dra. Patricia Camera Varella.

1. Fotonovela. 2. Relações amorosas. 3. Representação. 4. Grande Hotel. 5. Revista. I. Varella, Patricia Camera. II. Universidade Estadual de Ponta Grossa. História, cultura e identidades. III.T.

CDD: 907.2



## TERMO DE APROVAÇÃO

Cristiane Spicalski

### A REVISTA GRANDE HOTEL E AS REPRESENTAÇÕES DAS RELAÇÕES AMOROSAS NAS FOTONOVelas: CONGRUÊNCIAS E DISSONÂNCIAS EM PUBLICAÇÕES NA DÉCADA DE 1960

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em História - Mestrado em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no dia 25 de agosto de 2020, pela seguinte banca examinadora:

PROF.ª DR.ª PATRICIA CAMERA VARELLA (UEPG)

(Orientadora)

PROF.ª DR.ª MARIA CRISTINA MENDES (UEPG)

PROF. DR. CLÁUDIO DE SÁ MACHADO JÚNIOR (UFPR)

Ponta Grossa, 25 de agosto de 2020.

## AGRADECIMENTOS

A Deus em primeiro lugar...

Agradeço de forma especial à minha orientadora, Profa. Dra. Patricia Camera Varella pela sua paciência, compreensão e atenção, que contribuiu com seus conhecimentos e sugestões.

À minha família, por estarem ao meu lado ao longo da minha vida, ajudando-me e apoiando.

À minha irmã Carol que de forma muito prestativa sempre me ajudou em todas as minhas dificuldades me incentivando e apoiando.

À minha prima Sheila que nos momentos de indecisão e nas dificuldades da vida acadêmica sempre me deu uma palavra para prosseguir.

A todos os meus amigos e amigas que de uma forma me incentivaram a não desistir deste sonho, em especial Bruna e Michely, amigadas preciosas que me fizeram acreditar na realização e concretização deste trabalho. Guardarei vocês sempre em meu coração.

Aos colegas do Curso e a todos que de alguma forma contribuíram para a concretização de mais esta etapa.

À Universidade Estadual de Ponta Grossa e a todos os professores do programa de Pós-Graduação em História, pela oportunidade de realização deste trabalho

*O casamento é o fim do romance e  
o começo da história*  
(Oscar Wilde)

## RESUMO

Esta dissertação investiga como se dá as representações amorosas nas fotonovelas década de 1960, tendo como objeto de estudo a revista *Grande Hotel*. A pertinência em desenvolver este estudo está centrada na questão de que até que ponto essas representações se aproximam de certos comportamentos e pensamentos de uma época e ainda como as imagens convergem ou divergem com as narrativas e os diálogos das fotonovelas. Para tanto, comunicamos que as fotonovelas eram uma forma de literatura popular, composta por uma linguagem vinda do cinema, fotografia e história em quadrinhos, e que sofreu adaptações nos processos de apropriações de sua produção europeia. Assim entendemos que a fotonovela é um produto cultural híbrido. O conteúdo dos romances está focado no tema casamento, expondo questões dos universos de paixões, amores, além de promessas da consolidação do “amor perfeito”. O método de pesquisa aplicado foi a análise de conteúdo, com referência aos estudos de Laurence Bardin. Para a análise imagética das fotonovelas contamos com os estudos de Ulpiano Toledo Bezerra de Meneses e com o referencial teórico-metodológico de Ana Maria Mauad. Com base no conhecimento sobre a produção, a circulação e o consumo desta revista, problematizamos algumas entrevistas feitas com as leitoras e analisamos as charges, colunas, anúncios de produtos, testes e romances junto ao contexto da época. Sinalizamos que a revista está baseada em uma construção que evidencia o simulacro (Jean Baudrillard). A mesma pode ser tratada como um manual de comportamento feminino, trazendo à tona o imaginário social acerca da representação dos papéis sociais desempenhados nas relações homem-mulher.

**Palavras-chave:** Fotonovela; Relações amorosas; representação; revista; Grande Hotel

## **ABSTRACT**

This dissertation investigates how amorous representations take place in the photonovels of marriage in the 1960s, with the object of study being the Big Hotel magazine. The relevance of developing this study is centered on the question that the extent to which the marriage representation of amorous relationships in the photonovelas comes close to certain behaviors and thoughts from an era and also how the images converge or diverge with the narratives and dialogues of the photonovelas. To this end, we communicate that the photonovels were a form of popular literature, composed of a language coming from cinema, photography and comic books, and that it underwent adaptations in the processes of appropriation of its European production. So, we understand that the photonovela is a hybrid cultural product. The content of the novels is focused on the theme of marriage, exposing questions from the universes of passions, loves, as well as promises of consolidating “perfect love”. The applied research method was content analysis, with reference to the studies by Laurence Bardin. For the image analysis of the photonovelas we rely on the studies of Ulpiano Toledo Bezerra de Meneses and on the theoretical and methodological framework of Ana Maria Mauad. Based on the knowledge about the production, circulation and consumption of this magazine, we problematized some interviews with readers and analyzed the cartoons, columns, product announcements, tests and novels in the context of the time. We signal that the magazine is based on a construction that shows the simulacrum (Jean Baudrillard). It can be treated as a manual of female behavior, bringing up the social imaginary about the representation of social roles played in man-woman relationships.

**Keywords:** Photonovela; loving relationships; representation; magazine; Big Hotel



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	–	Jornal das Senhoras. ....	21
Figura 2	–	Capa Revista A Cigarra (1914). ....	23
Figura 3	–	Capa da revista Jornal das Moças N. 1. ....	25
Figura 4	–	Capa 1° edição Revista O Cruzeiro. ....	28
Figura 5	–	Capa Revista Capricho. N°. 170 (Abril de 1966). ....	31
Figura 6	–	Capa revista Grande Hotel, N. 1165 (1969). ....	32
Figura 7	–	Capa revista Grande Hotel Ano, XX N. 987 (1966). ....	34
Figura 8	–	Imagem em preto e branco “Fotonovela Casamento tentador”. ....	35
Figura 9	–	Capa revista <i>Encanto</i> . ....	40
Figura 10	–	Capa revista Ano VX, N. 177 – Novembro de 1966. ....	41
Figura 11	–	Capa Grande Hotel, N. 975, 12/04/1966. ....	44
Figura 12	–	Sumário Revista Grande Hotel. ....	45
Figura 13	–	Capa Revista Grande Hotel Edição Mensal. ....	46
Figura 14	–	Jornal Última Hora, 22 de Abril de 1959. ....	47
Figura 15	–	Fotonovela Nascemos para Amar Fonte: Revista Grande Hotel N. 975, 12/04/1966.....	50
Figura 16	–	O circuito da Fotonovela. ....	54
Figura 17	–	Capa Grande Hotel, N. 1099, 1968. ....	55
Figura 18	–	Capa revista Filmes Franceses, N. 10, 1961. ....	56
Figura 19	–	Notícia sobre o cinema internacional. ....	56
Figura 20	–	Notícia sobre o cinema internacional (Notícia sobre a atriz Stefania Sandrelli). ....	57
Figura 21	–	Boas maneiras na relação entre moças e rapazes (revista Grande Hotel, 1965. ....	72
Figura 22	–	Seção Vamos Rir Juntos. ....	75
Figura 23	–	Fotonovela Lágrimas de uma noiva. ....	89
Figura 24	–	Anúncio do curso de enfermagem por correspondência. ....	91
Figura 25	–	Fotonovela Casamento tentador. ....	95

Figura 26	– Fotonovela Nascemos para Amar (narrativa casamento de Alba e Luciano). .....	96
Figura 27	– Fotonovela Nascemos para amar (Diálogo entre Luciano e Alba). .	96
Figura 28	– Fotonovela Nascemos para amar. ....	97
Figura 29	– Fotonovela Abandonada no dia de seu casamento. ....	100
Figura 30	– Fotonovela Abandonada no dia de seu casamento. ....	100
Figura 31	– Fotonovela Abandonada no dia do casamento. ....	101
Figura 32	– Fotonovela Pérfida Intriga. ....	101
Figura 33	– Fotonovela Pérfida Intriga. ....	101
Figura 34	– Fotonovela Pérfida Intriga. ....	102
Figura 35	– Fotonovela Lágrimas de uma noiva. ....	103
Figura 36	– Fotonovela (Lágrimas de uma noiva). ....	104
Figura 37	– Fotonovela (Lágrimas de uma noiva). ....	105
Figura 38	– Fotonovela Teu passado. ....	106
Figura 39	– Fotonovela Amor e não Paixão. ....	107
Figura 40	– Fotonovela Amor e não Paixão. ....	107
Figura 41	– Fotonovela Estarás sempre no meu coração. ....	108

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 1 - AS REVISTAS FEMININAS COMO MEDIADORAS CULTURAIS.....</b>	<b>20</b>
1.1 BREVE PANORAMA DO CENÁRIO EDITORIAL DAS REVISTAS NO BRASIL E O REFORÇO DOS PAPÉIS SOCIAIS PARA AS LEITORAS “MODERNAS”, INFORMADAS E ROMÂNTICAS.....	20
1.2 AS REVISTAS DE FOTONOVELA: APONTAMENTOS SOBRE A ORIGEM, CARACTERIZAÇÃO E HIBRIDISMO CULTURAL.....	29
1.3 ENTRA EM CENA A REVISTA GRANDE HOTEL.....	43
1.4 AS REVISTAS DE FOTONOVELA COMO FENÔMENO DA INDÚSTRIA CULTURAL.....	48
1.5 APROXIMAÇÕES DAS REVISTAS DE FOTONOVELA COM O “MUNDO DO CINEMA” .....	54
<b>CAPÍTULO 2 - MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS CULTURAIS NA DÉCADA DE 1960 E OS ACONSELHAMENTOS PARA SE CASAR E MANTER O CASAMENTO FELIZ.....</b>	<b>60</b>
2.1 A CULTURA E A CONTRACULTURA.....	60
2.2 DO CASAMENTO PARA O DESQUITE E O DIVÓRCIO.....	67
2.3 AS COLUNAS, AS CHARGES E OS TESTES COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO ENTRE A REVISTA E O PÚBLICO LEITOR.....	69
<b>CAPÍTULO 3 - A REVISTA GRANDE HOTEL E OS ROMANCES DAS FOTONOVELAS.....</b>	<b>77</b>
3.1 O DESVENDAMENTO DAS IMAGENS E SUA FUNÇÃO COMO FONTE DE PESQUISA HISTÓRICA.....	77
3.2 PERCEPÇÕES DAS LEITORAS SOBRE OS SONHOS, FANTASIAS E IDEALIZAÇÕES NOS ROMANCES DAS FOTONOVELAS.....	83
3.3 A REPRESENTAÇÃO DO CASAMENTO COMO CONSOLIDAÇÃO DA FELICIDADE E DO AMOR ETERNO.....	86
3.4 DISSONÂNCIAS ENTRE IMAGEM E TEXTO NAS FOTONOVELAS....	104
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>115</b>

## INTRODUÇÃO

Os meios de comunicações atuam como “ferramentas de representação cultural”. A partir destes, apresentados em diferentes suportes como o jornal ou a revista, podemos ter uma percepção geral de determinados comportamentos de uma sociedade, como também de suas ideologias, seus hábitos, suas formas de vida e seus costumes (TEIXEIRA; VALÉRIO, 2008). Isso traz à tona as memórias sociais, coletivas, individuais e históricas. Neste sentido, podemos considerar que um leitor tem sua memória individual e coletiva acionada quando toma contato, por exemplo, com a leitura de revistas de fotonovela.

Como nosso trabalho tem por objeto de análise a fonte revista *Grande Hotel*, então é pertinente mencionarmos que ela possa trazer informações importantes para percebermos um pouco sobre certos comportamentos e pensamentos de uma época. Essa noção é indicada por Cláudio Machado Júnior (2006, p. 51) quando afirma que: “Em páginas de revistas encontram-se vestígios de um passado. Ao folheá-las com os dedos, múltiplas informações culturais apresentam-se sintetizadas num espaço diagramado em papel, como se ordenadas também fossem as relações que regem as sociedades”

No caso das revistas de fotonovelas, a análise de tais relações propiciam indicações sobre a trama que envolve as representações culturais, considerando texto e imagem. Nesta linha de abordagem trataremos a cultura como prática de significação e o universo social como sendo construído discursivamente (MORAES, 2019, p. 168). De modo específico, Maria Laura Brenner Moraes salienta “a importância de se analisar o conjunto da produção cultural e de práticas de uma sociedade que carregam e produzem significados, para entender os padrões de comportamento e o conjunto de ideias compartilhadas por homens e mulheres que nela vivem” (MORAES, 2019, p. 168). Neste sentido, os estudos desenvolvidos por Stuart Hall e analisados por esta pesquisadora fornecem bases para explicitar a relevância em tratar as revistas de fotonovelas como documento histórico e que seu sentido precisa ser analisado e interpretado.

O sentido não está no objeto, na pessoa ou na coisa e muito menos na palavra. Somos nós quem fixamos o sentido tão firmemente, que depois de um tempo, ele parece natural e inevitável. O sentido é construído pelo sistema de representação. Ele é fixado pelo código, que estabelece a correlação entre nosso sistema conceitual e nossa linguagem. (HALL, 2016, p. 41-42).

Desta forma Hall (2016, p. 19) salienta que os sentidos e os significados são construídos através da linguagem, pois se opera como um sistema representacional.

O sentido também é criado sempre que nos expressamos por meio de “objetos culturais”, os consumimos, deles fazemos uso ou nos apropriamos; isto é, quando nós os integramos de diferentes maneiras nas práticas e rituais cotidianos e, assim, investimos tais objetos de valor e significado. [...]. Em outras palavras, a questão ao sentido relaciona-se a todos os diferentes momentos ou práticas em nosso “circuito cultural” - na construção da identidade e na demarcação das diferenças, na produção e no consumo, bem como na regulação da conduta social. Entretanto, em todos esses exemplos, e em todas essas diferentes arenas institucionais, um dos “meio” privilegiados através do qual o sentido vê elaborado e perpassado é a *linguagem*. (HALL, 2016, p. 22).

Considerando estes apontamentos, vale esclarecer que a revista de fotonovela é um meio de comunicação onde a linguagem é expressa pelo produtor e pela participação do público leitor (de forma direta nas colunas e de forma indireta nos testes), tendo como tema central o casamento. Esse público leitor, mesmo sendo de diferentes espaços, vai compartilhar das mesmas mensagens escritas e imagéticas possibilitadas pelos fluxos culturais e o consumismo global, como aponta Hall (2006, p. 74):

Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam “possibilidades” de “identidades partilhadas” - como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes para os mesmos serviços”, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens - entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo.

Desta forma, o objetivo principal desta dissertação é discutir sobre as representações culturais<sup>1</sup> das relações amorosas veiculados na revista de fotonovela *Grande Hotel* no período que compreende a década de 1960. Para tanto, considera-se a fotografia (capa e fotonovela), as *charges*, os diálogos da fotonovela, o “espaço” das leitoras, os testes, os artigos relacionados à temática do casamento, entre outras seções. Nesta proposta não pretendemos fazer uma análise exaustiva, porém buscamos desenvolver uma abordagem relacional e multifocal considerando a imagem e o texto.

Nossa pesquisa será feita a partir do levantamento de nossas fontes, “as revistas de fotonovelas” que foram publicadas na década de 1960. O método utilizado para desenvolver este estudo está pautado na análise de conteúdo. Para tanto utilizaremos as teorias desenvolvidas por Laurence Bardin (1977) que define a análise de conteúdo da seguinte forma:

Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a «discursos» (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O factor comum destas técnicas múltiplas e multiplicadas - desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até à extracção de estruturas traduzíveis em modelos - é uma hermenêutica controlada,

---

<sup>1</sup> Nesta pesquisa optamos por utilizar preferencialmente o termo representações culturais, considerando que a revista *Grande Hotel* é um produto cultural que aborda questões sobre comportamentos sociais e culturais.

baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois pólos do rigor da objectividade e pela fecundidade da subjectividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atracção pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não-dito), retido por qualquer mensagem. (BARDIN, 1977, p. 8).

A organização da análise de conteúdo proposta por Bardin (1977, p. 95) passa por três fases: “1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação”.

Para introduzir a problemática da análise imagética de nossas fontes, pensando na leitura e/ou diálogo entre imagens e textos, tomamos por referência inicial o pensamento de Roland Barthes. Para o autor,

[...] a significação da imagem é, certamente, intencional: são certos atributos do produto que formam a priori os significados da mensagem publicitária, e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível; se a imagem contém signos, teremos certeza que, em publicidade, esses signos são plenos, formados com vistas a uma melhor leitura: a mensagem publicitária é franca, ou pelo menos enfática. (BARTHES, 1990, p. 28).

Assim as revistas de fotonovelas preocupam em atrair seu público desde suas capas coloridas e chamativas, passando pelo seu conteúdo de propagandas até as fotonovelas propriamente ditas, as mesmas podem ser consideradas como aspectos que atraíam o público leitor. Isto é, percebemos uma intencionalidade na construção deste produto cultural. Sobre esta estratégia de venda e consumo, Silva (2012, p. 133) afirma:

Os publicitários lançam mão de elementos visuais para fazer com que seus anúncios sejam mais atrativos e persuasivos. Figuras de retórica e recursos visuais como metáforas, fotos e imagens são bastante frequentes e estabelecem uma forte relação com a escrita, visando estimular o consumo daquilo que o anúncio contém.

Outra autora que nos ampara como referencial teórico-metodológico é Ana Maria Mauad (2005). Em seu artigo, *Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX*, Mauad aponta três aspectos essenciais para pensar as imagens visuais:

A questão da produção – o dispositivo que media a relação entre o sujeito que olha e a imagem que elabora. [...] A questão da recepção – associada ao valor atribuído à imagem pela sociedade que a produz, mas também a recebe [...]. A questão do produto – entende-se aí a imagem consubstanciada em matéria, a capacidade da imagem potencializar a matéria em si mesma, como objetivação de trabalho humano, resultado do processo de produção de sentido e relação sociais. (MAUAD, 2005, p. 135).

Ainda dentro deste universo, também consideramos a linguagem textual usada nas revistas de fotonovela *Grande Hotel*. Desta forma, esta dissertação contará com uma pesquisa

bibliográfica que dará embasamento teórico para as interpretações de nossas fontes, contando com alguns apontamentos sobre a origem da fotonovela, o contexto de produção e a temática predominante da revista *Grande Hotel* que é as relações amorosas. Para desenvolver a pesquisa utilizaremos preferencialmente alguns teóricos como Chartier(1990), Laplantine (2003), Pesavento (1995), Perrot (1991), Flusser (2002), Mauad (1996 e 2005), Del Priore (2005), Watt (2010), Buitoni (1990), Barthes(1990), Santaella(2015), Watt (2010), Baudrillard (1981), Burke (2003) e Canclini (2008)<sup>2</sup>.

É necessário dizer que há pouca produção acadêmica no Brasil sobre as revistas de fotonovela. Os trabalhos existentes discutem sobre questões referentes ao conteúdo geral da revista, como por exemplo: *Revista Grande Hotel: afirmando e construindo valores – sua trajetória, fotonovela e o feminino (1975-1980)* (PENHA, 2010); *A mulher de Capricho: uma análise do perfil das leitoras através dos tempos* (GURGEL, 2010); *Fotonovela e indústria cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental para milhões* (HABERT, 1974); *O quadro amoroso. Algumas considerações sobre a narrativa de fotonovela* (BUIIONI, 1977); *Revistas de fotonovela e estudantes de 8 série do 1 grau e 3 série do 2 grau de escolas públicas da cidade de Araraquara- SP* (TOLEDO, 1981); *Por uma memória da leitura: a fotonovela e seus leitores* (SAMPAIO, 2008).

Entretanto, quando analisamos essas investigações foi verificado que não estavam focadas precisamente nos romances das fotonovelas. Em outras palavras, esta dissertação se diferencia por problematizar a expressão e o conteúdo na representação visual e textual sobre o tema casamento, observando alguns exemplares da revista *Grande Hotel*.

Michel de Certeau escreve que “Em história tudo começa com o gesto de separar, de reunir, de transformar em documentos” (1982, p. 73). Assim, no processo de seleção das fontes, reunimos exemplares da Revista *Grande Hotel* para problematizar o seu conteúdo. Neste processo foram eleitas algumas unidades desta revista da década de 1960. Este recorte se deu considerando que os exemplares encontrados foram, em sua maioria, deste período. Um período interessante para desenvolver a investigação pelo fato de incluir movimentos como a revolução feminista, a contracultura e os movimentos civis em defesa dos negros e homossexuais.

Apesar de verificarmos a predominância do acesso às revistas da década de 1960, é interessante lembrar que esta revista teve circulação semanal no período de 1951 até o início da década de 1980. Atualmente, existem acervos digitais que disponibilizam alguns exemplares

---

<sup>2</sup> O conceito de cultura está discutido em hibridismo cultural. Ver mais sobre o assunto em: CANCLINI, **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4ed. São Paulo: EDUSP, 2007.

para fazer determinada pesquisa. Entretanto, especificamente da década de 1960 foram encontradas poucas edições nestes acervos. Desta forma, grande parte das fontes foi obtida em sebos ou nas redes midiáticas ou sociais. As revistas analisadas foram *Grande Hotel* N° 760, de Fevereiro de 1962; N° 909, de Janeiro de 1965; N° 910, de Janeiro de 1965; N° 923, de Abril de 1965; N°975, de Abril de 1966; N° 987 de 1966(Digitalizada, não consta o Mês); N° 997 de 1966 (Digitalizada, não consta o mês); N° 1076, de Março de 1968; e N° 1165, de 1969 (Digitalizada, não consta o mês).

As edições impressas fazem parte do acervo pessoal da autora desta dissertação, que trabalhou com estas fontes no Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “Leitoras de Fotonovela: a formação do imaginário feminino através da representação e apropriação dos Romances: Ponta Grossa (1965-1975)” (SPICALSKI, 2007). Naquele momento o estudo foi desenvolvido por outro viés. O objetivo central era compreender como se dava a recepção dos romances por parte das leitoras destas revistas. Neste caso trabalhamos com o desenvolvimento de entrevistas.

Nesta dissertação contamos com duas fontes complementares que utilizamos para dialogar com nossas fontes principais: um exemplar da Revista de Fotonovela *Capricho*, edição número 170, datada de Abril de 1966; e fragmentos de entrevistas que foram realizadas durante o processo de elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (SPICALSKI, 2007).

Desta primeira pesquisa (SPICALSKI, 2007), foram selecionadas entrevistas de três leitoras das revistas de fotonovela às quais identificamos tanto no trabalho anterior como neste, como sendo leitora 1, leitora 3 e leitora 5. As entrevistas foram realizadas nas residências das mesmas. Em seguida deu-se a transcrição na íntegra, com uma conferência dentro dos critérios metodológicos exigidos pela ABNT.

Durante as entrevistas, as leitoras descreveram a relação com a sua leitura de fotonovelas e com o universo sentimental e romântico. Elas falaram sobre as próprias experiências, relacionadas à sua vivência, afetividade, paixões e aspirações. As entrevistadas comunicaram que muitas vezes foram influenciadas pela leitura das fotonovelas. Desta forma, podemos adiantar que esta abordagem traz informações relativas aos significados culturais e a regulação de práticas sociais.

Ainda, essa breve apresentação sobre a pesquisa de conclusão de curso serve para indicar que apesar dos resultados serem pontuais, as mesmas foram significativas para propor a escrita inicial desta dissertação. Alguns trechos das entrevistas auxiliaram no desenvolvimento da dissertação por ofertar um melhor entendimento sobre a problemática, que gira em torno da representação do casamento nos romances das fotonovelas.



Retornando à nossa fonte principal, inicialmente podemos caracterizar a revista *Grande Hotel* como uma revista feminina que vai surgir no ano de 1947 pela Editora Vecchi, na cidade do Rio de Janeiro, e teve sua circulação comercial até o ano de 1983. A revista trazia em suas páginas a fotonovela, que é objeto central de nossa análise. Também, apresentava utilidades de ajuda às necessidades de suas leitoras, relacionadas ao lar, dicas de beleza, regras de etiqueta e comportamento nas relações homem-mulher, testes para as jovens se certificarem se estariam prontas para casar, constituir família e se seriam boas esposas. Além disso, existia um espaço onde estas leitoras poderiam buscar um direcionamento para seus problemas sentimentais e familiares. Ainda tinham grande proximidade com o “mundo do cinema”, trazendo notícias sobre artistas internacionais e novas produções cinematográficas. Em resumo, a revista utilizava-se de diferentes modalidades para articular uma construção de memória coletiva voltada à representação da mulher, girando intensamente ao redor do tema casamento.

Uma das linguagens em que a fotonovela se baseia é o cinema. Essas revistas trazem elementos formais (visuais e de narrativas) em sua constituição, assemelhando-se em alguns momentos à linguagem cinematográfica. Também, a fotonovela busca se inserir no universo de consumo, seguindo a trajetória consolidada do cinema. Isto é, buscando a participação de atores do mundo do cinema, porém apresentados em uma linguagem fixa e bidimensional e assim se identificando com a linguagem usada nas histórias em quadrinhos. Desta maneira, apresenta uma narrativa de linguagem textual e visual.

Para ter uma noção preliminar das especificidades das fontes selecionadas, elaboramos o Quadro 1.

Quadro 1 - Características Gerais das Fotonovelas analisadas

	<b>Catálogo</b>	<b>Ano</b>	<b>Edição</b>	<b>Número de fotonovelas</b>	<b>Número de Páginas</b>	<b>Autor, direção e enredo</b>	<b>Atrizes e Atores</b>
1	<i>Grande Hotel</i> N. 760 27/02/1962	1962	760	1	82	Delman Bonatto	Mirella Roxy Philip Kay Sandro Quasimodo
2	<i>Grande Hotel</i> N.909 05/01/1965	1965	909	1	74	Arturo Vecchi	Lucy Mauro Philip Kay Giancarlo Viola
3	<i>Grande Hotel</i> N. 910 12/01/1965	1965	910	1	66	Arturo Vecchi	Atina Mauro Franco Califano Mara Carisi Antonio Corevi Franco Tribuni
4	<i>Grande Hotel</i> N. 923 13/04/1965	1965	923	1	66	Autora: Nora de Siebert Edição: Arturo Vecchi	Betsy bell, Franco Angeli Alfredo Zammi, Nora Marchiandi Enzo Del Papa Silvana d Rossi Gianni Piere
5	<i>Grande Hotel</i> N. 975 12/04/1966	1966	975	1	74	Autor: Stelio Rizzo Edição: Arturo Vecchi	Gabriela Fioravanti, Gill Mayeron Germana Francioa Mimo Billi Giulana Farnese Vittorio André, Fernando Sarlo
6	<i>Grande Hotel</i> N. 987	1966	987	1	36	Autor: Stelio Rizzo Direção: Luciano Francioli	Michela Roc Mimmo Billi Gin Mart Luciano Francioli Ettore Ribotta Feliciano Tocchetto Paola Pitti
7	<i>Grande Hotel</i> N. 997	1966	997	1	36	Digitalizada (Não consta)	Michela Roc Piero Leri Salvador Ziglio Alfredo Zammi Gianni Médice
8	<i>Grande Hotel</i> N. 1076 19/03/1968	1968	1076	1	82	Autor: Marcello Berti Edição: Arturo Vecchi	Michela Roc Jean Mary Carletto Laila Medici Claudio Ferrari
9	<i>Grande Hotel</i> N. 1165 (1969)	1969	1165	1	36	Direção: Sergio Cecconi	Michela Roc Pierre Clement Franco Dani Angela Angelucci Mimo Billi Silla Bettini Aldo Berti Franco Graceffa Antonio Anelli

Fonte: Quadro elaborado pela autora

Este quadro mostra que as revistas datam do período da década de 1960 e todas apresentam apenas uma fotonovela. Os autores são em sua maioria homens, de procedência

estrangeira. Somente duas fotonovelas são de autoria de mulheres e os atores geralmente se repetem na maioria das fotonovelas.

A análise destas fontes, problematizando a representação do casamento nos romances das fotonovelas, passou por várias instâncias, seguindo para a seguinte estruturação. No primeiro capítulo, denominado *As revistas femininas como mediadoras culturais*, abordamos o cenário editorial das revistas de fotonovela que irão aparecer no Brasil em fins da década de 1940 e outras que tiveram significativa circulação no país entre as décadas de 1950 e 1970. Para isso, comunicamos alguns momentos da história das revistas de fotonovela e sua aparição no Brasil com destaque para a *Grande Hotel*; refletimos sobre a fotonovela como fenômeno da indústria cultural; e indicamos como se dá a aproximação das revistas de fotonovela com o “mundo do cinema”.

No segundo capítulo intitulado *Mudanças e permanências culturais na década de 1960 e os aconselhamentos para se casar e manter o casamento feliz*, tratamos brevemente sobre o contexto sociocultural da década de 1960, devido as nossas fontes serem deste período. Abordamos a cultura e contracultura com maior ênfase ao Movimento de Contracultura. Apresentamos o *Beat generation* por este movimento ter importância no cenário cultural americano pós-Segunda Guerra Mundial, tornando-se uma referência para outros movimentos de contracultura da década de 1960. Ainda, para contribuir à contextualização deste período, comunicamos o conteúdo dos testes presentes nas edições da revista *Grande Hotel* como, por exemplo, “Você quer ser feliz no casamento?” e “Você está apaixonada?”. Seguimos destacando algumas das seções de aconselhamento, dos espaços onde as jovens leitoras mandavam suas dúvidas, questionamentos, anseios e aspirações na esperança de que a revista solucionasse ou ao menos amenizasse seus dramas e conflitos amorosos e familiares. De forma complementar selecionamos alguns conselhos de etiqueta. Assim, nosso objetivo deste capítulo está em investigar parte de um imaginário cultural acerca dos papéis sociais desempenhados nas relações homem-mulher, considerando o conteúdo apresentado pelas revistas e o contexto desta época, trazendo informações tanto do produtor como do consumidor das revistas.

Nesta lógica, o terceiro capítulo intitulado *A revista Grande Hotel e os romances das fotonovelas* foi reservado para fazer a análise sobre as representações do casamento com base no estudo da revista *Grande Hotel*, porém tendo como foco principal os romances das fotonovelas. A primeira seção, *O desvendamento das imagens e sua função como fonte de pesquisa histórica*, é dedicada à discussão sobre a abrangência de fontes históricas. Em seguida apresentamos alguns conceitos e metodologias que auxiliam na problematização da imagem como documento.

Durante a pesquisa observamos que geralmente as aspirações contidas nos romances atingiam seu ápice na concretização da união matrimonial entre os personagens principais da trama. Por isso, demos ênfase neste tema para mostrar a sua predominância e as questões que giram em torno deste assunto. Para apontar sua pertinência elaboramos algumas perguntas que serão respondidas nesta pesquisa e outras que podem ser lançadas em futuros estudos: O evento “casamento” é representado como uma “porta” que consolida a felicidade e o amor eterno para as mulheres? Qual era o papel da leitura desses romances? Até que ponto a fotonovela influenciava no imaginário sentimental de suas leitoras ou leitores, sendo que o público era em sua maioria feminino? Com essa abordagem levantaram-se outros problemas, como por exemplo, sobre a importância de relacionar o imaginário social da época com o papel do casamento e o conceito de família.

Para ter uma noção da percepção do público leitor sobre o tema casamento, desenvolvemos a segunda seção do capítulo 3 denominada *Percepções das leitoras sobre os sonhos, fantasias e idealizações nos romances das fotonovelas*, que é a retomada dos dados obtidos por entrevistas, porém com um avanço junto aos estudos feitos antes do desenvolvimento desta dissertação. Seguimos para a seção 3.3, *A representação do casamento como consolidação da felicidade e do amor eterno* com objetivo de problematizar sobre como o casamento é representado nos enredos das fotonovelas, tratando de suas narrativas.

A última seção do capítulo 3, denominada *Dissonâncias entre imagem e texto nas fotonovelas*, buscamos problematizar o texto escrito e visual. Para isso selecionamos alguns casos pontuais que indicam um descompasso ou uma aberração entre o que está escrito e o que está apresentado na fotografia. No tocante à análise e interpretação das imagens é importante lembrar que “a mesma imagem, portanto, pode reciclar-se, assumir vários papéis, ressemantizar-se e produzir efeitos diversos” (MENESES, 2003, p. 29).

É certo que temos em mente que teremos apenas algumas de muitas outras percepções que pode haver sobre nosso objeto de análise. Considerando as palavras de Schaff (1995), entendemos que cada historiador tem sua visão sobre um fato, um acontecimento, dependendo do tempo e do espaço em que se encontram. Assim um mesmo fato pode ser interpretado e visto de diferentes formas dependendo de quem está olhando e de que lugar se olha para tal acontecimento.

Conforme apresentado, nosso objetivo está em questionar como se dá a representação cultural do casamento, já que esta temática aparece frequentemente na maioria das fotonovelas da *Grande Hotel* da década de 1960. Neste sentido vale destacar que a pertinência em desenvolver este estudo está apresentada na seguinte questão: Até que ponto a representação do

casamento nas fotonovelas se aproxima de certos comportamentos e pensamentos de uma época? E ainda, como é elaborada este tipo de representação, considerando as possíveis convergências ou divergências entre imagem e texto.

Por fim, consideramos a perspectiva de White (1994, p. 101) quando afirma que o historiador deve dialogar com suas fontes, interpretando-as, sendo que cada fonte certamente possui mais de uma interpretação e cada historiador dará sentido ao texto a partir de sua análise. Assim, entendemos que nossa interpretação é uma dentre as muitas que estas podem conter.

## CAPÍTULO 1 - AS REVISTAS FEMININAS COMO MEDIADORAS CULTURAIS

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece por um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a compor a personalidade, isto é, estabelece identificações, dando a sensação de pertencer a um determinado grupo. (SCALZO, 2016, p. 12).

O hábito de folhear uma revista está presente na vida cultural do cidadão brasileiro há quase 200 anos, quando começam a serem publicados os primeiros jornais brasileiros (MOURA, 2011). Assim, é pertinente conhecermos um pouco do cenário editorial do Brasil no período anterior à criação das revistas de fotonovela. Isso vai auxiliar à compreensão de como foi que este tipo de mídia se desenvolveu.

As revistas de fotonovela aparecem no Brasil em fins da década de 1940, mas outros tipos de revistas tiveram significativa circulação no país entre as décadas de 1950 e 1970. Para entender o panorama das revistas abordaremos alguns momentos da história das revistas e a aparição da fotonovela no Brasil; pensaremos sobre a fotonovela como fenômeno da indústria cultural; e indicaremos como se dá a aproximação das revistas de fotonovela com o “mundo do cinema”.

### 1.1 BREVE PANORAMA DO CENÁRIO EDITORIAL DAS REVISTAS NO BRASIL E O REFORÇO DOS PAPÉIS SOCIAIS PARA AS LEITORAS “MODERNAS”, INFORMADAS E ROMÂNTICAS

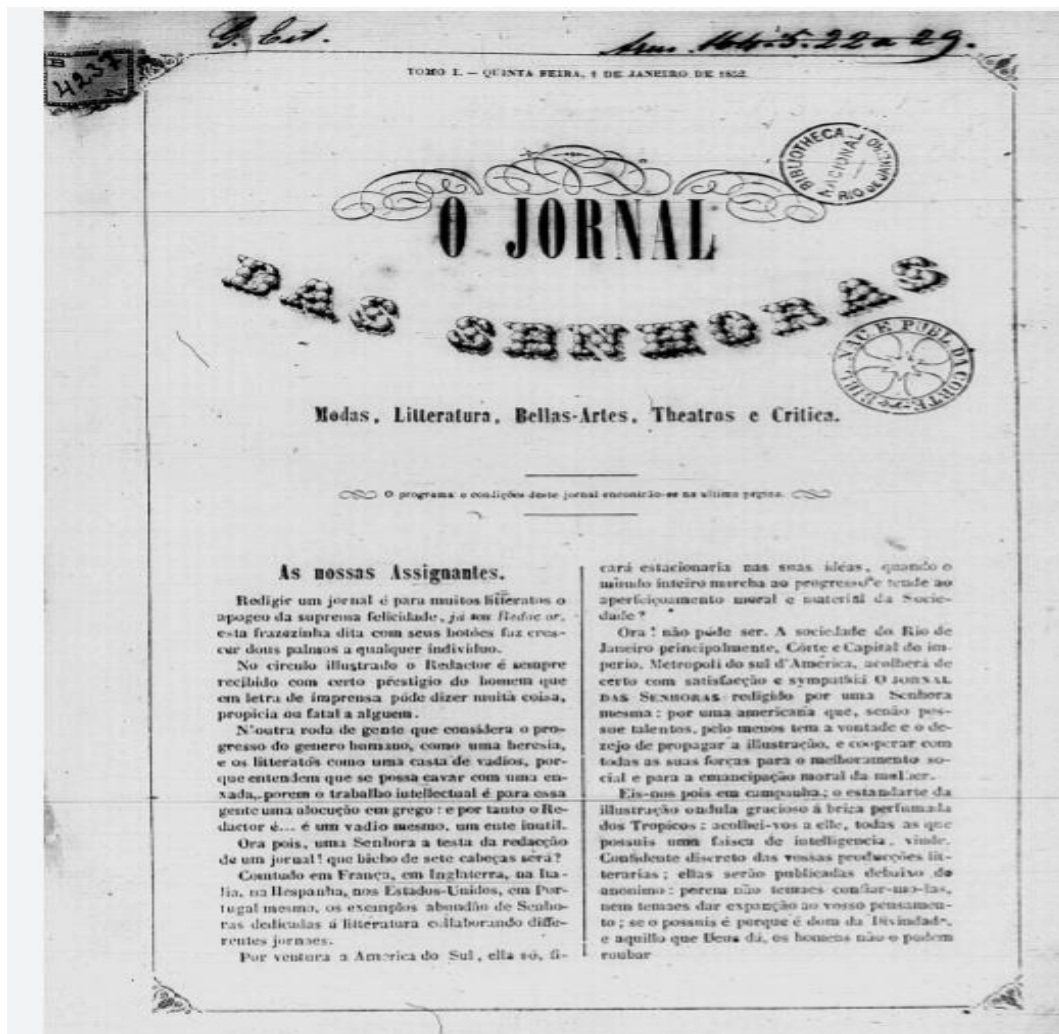
A história das revistas no Brasil está interligada à chegada da corte portuguesa ao nosso país. No início do século XIX começa a circular as primeiras revistas, sendo que até então, não havia imprensa no Brasil devido à proibição de Portugal (SCALZO, 2016). A primeira revista intitulada “As Variedades ou Ensaios de Literatura” surge em 1812, na cidade de Salvador e suas publicações além de trazer para seus leitores discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais e ainda assuntos de cunho filosófico.

Propunha-se a publicar discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga, moderna, nacional ou estrangeira, resumos de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses quer em prosa, quer em verso, cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer lhes sentir a importância das novas descobertas filosóficas. Como todas as outras revistas de sua época, Variedade também tinha cara e jeito de livro. (SCALZO, 2016, p. 27)

No final do século XIX foi lançado o *Jornal das Senhoras* (Figura 1) que é considerada, segundo Kroetz; Gai (2015), a primeira revista escrita destinada ao público feminino.

Essa revista foi fundada em 1º de janeiro de 1852, pela argentina Joana Paula Manso de Noronha, no Rio de Janeiro. Esse periódico circulava aos domingos e possuía seções, como moda, literatura, belas-artes, teatro e crítica. Nas suas oito páginas com duas colunas, o público feminino podia encontrar, por exemplo, cartas, versos e traduções de artigos e narrativas ficcionais. De 1º de janeiro de 1854 em diante, o jornal passa a se chamar *Jornal das Senhoras: Jornal da boa companhia*.

Figura 1 - *Jornal das Senhoras*.



Fonte: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/jornal-senhoras/700096>

Lima (2007) ao fazer um estudo sobre a imprensa feminina no Brasil escreveu que, além de seu conteúdo de moda e literatura, o *Jornal das Senhoras* trazia críticas a determinados comportamentos possessivos que os homens tinham para com suas esposas. Na capa da revista (Figura 1) é interessante notar que é anunciado o tema moda e literatura, mas não é indicado nenhum item relacionado à expressão feminina com relação ao comportamento masculino.

Ainda é curioso observar que acreditando que tais críticas não seriam vistas com “bons olhos” perante a sociedade da época, principalmente com relação ao sexo masculino, as colaboradoras do *Jornal das Senhoras* não se identificavam, mantendo o seu anonimato.

No século XIX ler e escrever eram privilégio de uma minoria de mulheres e tais práticas eram consideradas “perigosas” para o sexo feminino (KROETZ; GAI, 2015).

No século XIX a educação destinada às mulheres era quase nula e poucas sabiam ler. Se ler já era considerado perigoso, escrever era muito pior, já que assim as mocinhas podiam grafar bilhetes aos seus pretendentes, ameaçando a paz e a integridade da família patriarcal e pondo em risco a autoridade paterna. Pior ainda era a mulher escrever e publicar textos assinados, isso era considerado um atentado à honra, já que tanto o nome da mulher, quanto sua pessoa, devia se manter dentro do lar. (KROETZ; GAI, 2015).

Na década seguinte, em 1862, surge a “*Belo Sexo*”. Esta revista vai tecer críticas à condição da mulher. Essas críticas eram feitas por responsáveis da revista. As defesas eram de que a mulher era instruída para o casamento, sem ter espaço na sociedade e isso a “conduzia ao tédio e solidão de uma vida improdutiva” (LIMA, 2007, p. 223).

Esses dois exemplos de revistas chamam atenção por externar a liberdade de expressão em defesa da mulher e contra atitudes machistas e autoritárias do sexo masculino que entendia que o espaço do lar era compreendido como o “lugar certo para mulher”.

No tocante ao formato gráfico das primeiras revistas, estas “eram parecidas com os livros e os jornais da época. Com o passar do tempo é que foram se modificando e passaram a incluir cultura, textos em colunas, ilustrações, fotografias, dentre outras coisas mais, em sua página” (MOURA, 2011, p. 2). Provavelmente esse formato mais enxuto diminuiu o custo da produção e aumentou o consumo. Ainda, este produto ficou mais leve, mudando os hábitos de consumo e de circulação. Sobretudo, o texto verbal e visual passa a ser uma ferramenta que opera nos modos de pensar e viver colaborando para a manutenção ou modificação dos costumes.

No final do século XIX e do século XX ocorrem transformações no conteúdo dos jornais e revistas e as imagens fotográficas começam a ganhar destaque em várias revistas.

No final do século XIX à primeira década do século XX, aconteceu à inserção da Fotografia nos jornais e revistas, o que coincidiu com o declínio do folhetim, que cedeu lugar à informação. O aparecimento de temas políticos, esportivos e policiais, e, as colaborações literárias começaram a ser separadas na paginação dos jornais, tornando-se matérias à parte. E, foi em parte por conta dessas transformações que as revistas ilustradas proliferaram. Elas que, inicialmente, tinham a charge como principal manifestação imagética se transformaria, posteriormente, nos principais veículos de difusão das imagens fotográficas. Este foi o momento de revistas como:



Semana Ilustrada, Revista da Semana, Kosmos, Fon-Fon!, Ilustração Brasileira, Careta, Paratodos, dentre outras. (MOURA, 2011, p. 05).

Posteriormente aparecem outras revistas que tiveram grande repercussão no cenário editorial brasileiro no início do século XX. Neste momento o Brasil passava por transformações, científicas e tecnológicas e isso vai refletir também sobre a imprensa brasileira.

As revistas acompanham essa euforia – centenas de títulos são lançados- e, com as inovações na indústria gráfica, apresentam um nível de requinte visual antes inimaginável. Nesse momento, o Rio de Janeiro, capital da República, possuía o maior parque gráfico do país, onde vão proliferar publicações de todos os gêneros. A imprensa começa a se profissionalizar, acompanhando a evolução da nascente industrialização nacional. (SCALZO, 2016, p. 29).

Assim, outras revistas passam a compor o cenário, consolidando o campo editorial brasileiro. Por exemplo, a Revista *A Cigarra* foi lançada no ano de 1914 e circulou até 1975. No formato de publicação quinzenal, a revista trazia em suas páginas fotografias, ilustrações, jogos e textos com assinaturas de escritores como Oswald de Andrade, Olavo Bilac, Monteiro Lobato. Interessante notar que *A Cigarra* ganhou espaço e foi considerada uma das revistas femininas mais vendidas no Brasil. Segundo Meurer (2012, p. 2), “contendo sempre uma linha editorial conservadora e voltada à valorização dos bons costumes, muitas vezes, parecendo uma doutrinadora dos bons comportamentos femininos, ditando assim, o que a mulher deveria realizar”.

Figura 2 - Capa Revista A Cigarra (1914).



Fonte: Repositório digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo

Neste mesmo ano é criada a *Revista Feminina* com seu conteúdo totalmente direcionado às mulheres. Segundo Lima (2007), as capas das revistas eram coloridas e muito bonitas, as imagens de mulheres eram representadas em poses românticas, muitas vezes com crianças, reforçando as mensagens apresentadas para as mulheres desempenharem os papéis de “esposas e mães”. Nesse contexto, ainda de acordo com Lima (2007, p. 226), “a revista levava sua ‘moralizadora influência’ ao Rio de Janeiro e de lá passava também a congregar as mulheres na mesma obra de solidariedade, de patriotismo e de progresso”.

Surgida no ano de 1913, com sua primeira edição em 1914, entra em cena o *Jornal das Moças*, que é um caderno ilustrado produzido na cidade do Rio de Janeiro. Esse jornal tornou-se bastante conhecido na época e vai circular até o final da década de 1960. Sua distribuição era feita nacionalmente, trazendo em suas páginas, dicas de beleza, de moda, de culinária, como também anúncios publicitários (SOARES; SILVA, 2018). Podemos perceber o papel deste periódico para a época, considerando as palavras de Soares e Silva (2018) ao afirmarem que o *Jornal das Moças* não se restringia somente a um passatempo, mas era principalmente um veículo para reforçar o papel da mulher desejado perante a sociedade da época, inclusive mencionando as recentes tendências de Paris.

O jornal das Moças não era somente um meio de entretenimento ou um passatempo, com frivolidades para as jovens moças e as donas de casa. Também era um caderno periódico informativo, com dicas sobre moda e com as últimas tendências parisienses, dicas de beleza, artes como a poesia e a pintura, curiosidades, propagandas de produtos dos mais variados de lingerie, produtos de limpeza, utensílios domésticos, receitas gastronômicas. E, principalmente, era um ditador de comportamento social, familiar e religioso, reforçando o papel idealizado ou esperado da sociedade com relação ao papel da mulher, o qual mudava conforme a passagem das décadas. (SOARES; SILVA, 2018, p. 3).

Na capa da revista *Jornal das Moças* (figura 3) notamos uma mulher usando um chapéu no estilo da moda parisiense dos anos de 1910, um colar como acessório, considerado elegante para época. Essa proposta de divulgar as tendências de Paris vai ser repetida nas revistas de fotonovela, assim como os espaços de expressão verbal ou visual para introjetar o perfil “adequado” de comportamento feminino para a época.

Figura 3 - Capa da revista *Jornal das Moças* N. 1.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/acervo-digital/jornal-mocas/111031>

Observamos que na primeira edição (1914), a revista *Jornal das Moças* discursa sobre sua tarefa perante a família brasileira. Em particular, ao público feminino a revista argumenta:

[...] É essa a tarefa a que se impõe o *Jornal das Moças*.

Cultivar, ilustrando, e ao mesmo tempo deleitando o espírito encantador da mulher brasileira, a quem é dedicada esta revista, será o seu, senão único escopo, pelo menos a sua mais viva e mais ardente preocupação.

Levar ao lar das famílias patricias, além da graça e do bom humor que empolgam, da música e do canto que embalam, os brincos e contos infantis que deleitam, a moda que agrada, do romance que desfaz as visões tristes da existência, da nota mundana que satisfaz a curiosidade insofrida, os conhecimentos uteis que instruem, [...] certamente a mais bela feição da imprensa que procura viver do favor público.

Nesse nosso louvável objectico não temos poupado nem mediremos sacrifícios, razão por que acreditamos possa o *Jornal das moças* agradar geralmente, visto como surge com esse único fim, atendendo antes à de apurado gosto artístico, a começar pela sua capa.

Esperamos a indispensável preferência de nossas gentis patricias para o êxito completo do nosso empreendimento. (JORNAL DAS MOÇAS, 1914, p.1).

Valioso notar que a revista propõe satisfazer as necessidades de suas leitoras seja para deixá-las bem humoradas, bem informadas sobre a moda da época, arte e instruções

relacionadas à como cuidar do lar. No entanto, os trechos “lar das famílias patricias” e “nossas gentis patricias” expõem que a revista defende a submissão da mulher às “regras” masculinas.

O *Jornal das Moças* era voltado especificamente às mulheres de classe média, pois seu custo não era tão acessível para a classe inferior. Suas leitoras poderiam encontrá-la em bancas ou fazer sua aquisição como assinante e receber na comodidade de sua casa, via correio (MORAES; MARTELLI, 2017).

Outra revista que surge no Rio de Janeiro na década de 1920 é a *Vida Doméstica*. Tornou-se conhecida ao trazer informações sobre eventos ocorridos na cidade como bailes, saraus e outros espetáculos. Sobre este periódico, Cardoso (2009, p. 103) diz que, “somava-se a outros cujo público-alvo era a mulher, tais como a *Revista Feminina* (1914), o *Jornal das Moças* (1914) e *A Cigarra* (1913)”.

Essa circulação de revistas vai constituir uma iconosfera, que segundo Ulpiano T. Bezerra de Meneses (2003, p. 15) é “o conjunto de imagens que, num dado contexto, está socialmente acessível”. Isso importa, pois o sistema visual apresenta elementos para questionar a dinâmica da vida social, em um contexto de comunicação de massas.

As revistas mencionadas são caracterizadas por defender o casamento e o papel da mulher dentro do lar, como mãe e esposa. Todas tiveram grande popularidade, entretanto, no ano de 1928 vai surgir uma revista que vai ganhar grande notoriedade: a revista *O Cruzeiro*. Sobre o lançamento desta revista, Moura (2011) escreve:

Com uma grande festa foi que o jornalista Assis Chateaubriand, dono grande conglomerado Diários Associados, lançou *O Cruzeiro*, a revista que fechou um ciclo na história das revistas brasileiras. Com uma programação visual arrojada, privilegiando a fotografia e reportagens mais objetivas, *O Cruzeiro* logo dominou o mercado editorial tornando-se referência gráfica, literária e jornalística de um enorme pedaço da história do Brasil. (MOURA, 2011, p. 9).

Serpa (2007), em seu trabalho *A contribuição de O Cruzeiro para com o jornalismo brasileiro*, afirma que *O Cruzeiro* trouxe contribuições significativas para a história da comunicação no Brasil. Ainda, segundo a autora, “essa implementação de uma nova forma de fazer jornalismo, antes nunca utilizada pela imprensa da época, valorizou a reportagem, o uso da caricatura, da pintura, da fotografia, explorada de uma nova ótica, colorida, ressaltando o fotojornalismo” (SERPA, 2007 p. 8).

A revista *O Cruzeiro* teve seu surgimento no governo de Washington Luiz Pereira de Souza, num contexto de migração do campo para as cidades, em que as fábricas aumentavam, onde o país apresentava “ares de modernidade” (SERPA, 2003, p. 28). Essa ideia de modernização estará presente nas páginas de *O Cruzeiro* e contribuirá com os projetos políticos

para o Governo de Getúlio Vargas. Nessa mídia é notória a concordância de interesses entre a revista e a propaganda do governo.

A modernidade apresentada aqui era apoiada claramente pelo governo do presidente Getúlio Vargas, que se utilizava intensamente da propaganda, inclusive tendo criado um Departamento de Imprensa e Propaganda para se fazer aceito. A revista contribuiu com a afirmação da política modernista e nacionalista de Vargas. Com as condições criadas pelos projetos políticos do governo, O Cruzeiro abriu espaço para a propagação não apenas dos seus feitos, mas das convicções de também transformar o país em moderno. A partir dessa consonância de interesses entre governo e revista, divulgava-se o novo, o ideal, o moderno e buscava-se a transformação de comportamentos, sobretudo do público feminino. (SERPA, 2007, p. 3).

Neste conjunto é interessante destacar a valorização do uso da imagem junto à noção de modernidade. Por exemplo, na revista *O Cruzeiro*, iniciada em 1928, inaugura-se a fotorreportagem no Brasil com a publicação de imagens feitas por Jean Manzon, José Medeiros, Pierre Verger, Marcel Gautherot, entre outros.

A revista *O Cruzeiro* contribuiu significativamente com a história da comunicação no Brasil. A implementação de uma nova forma de fazer jornalismo, antes nunca utilizada pela imprensa da época, valorizou a reportagem, o uso da caricatura, da pintura, da fotografia, explorada de uma nova ótica, colorida, ressaltando o fotojornalismo. Foram inovações não comuns para a imprensa da década de 1930-1940, como a diagramação mais atraente e priorizando a qualidade das fotos e dos textos, um período em que a propaganda ganhou espaços. Criativa, a revista reforçou a idéia de modernidade servindo de ligação entre os interesses políticos, a elite social e religiosa e os leitores, mostrando uma mulher consumista, com hábitos modernos. (SERPA, 2003, p. 31).

Apesar de nosso objeto de estudo não estar localizado na esfera jornalística tal informação importa porque as propagandas das revistas *O Cruzeiro* e da revista *Grande Hotel* tinham por objetivo apresentar produtos para que suas leitoras se sentissem modernas e com isso reforçando-se uma imagem de um Brasil moderno (GRISOLIO, 2014). Assim:

Os termos: nova, moderna, renova, amanhã e porvir foram amplamente usados pela revista no intuito de criar a imagem da modernidade almejada pelo Brasil. A primeira revista custava 1\$conto, tinha 64 páginas e a grande sensação: páginas inteiras a cores. A capa [Figura 4] chama atenção. Trata-se do rosto de uma mulher ao estilo melindrosa, maquiada com adereços exagerados (um brinco e uma enorme flor) rodeada em prata pela constelação do Cruzeiro do Sul. É legítimo dizer que as capas de *O Cruzeiro* representaram durante toda sua existência a sua marca permanente. *O Cruzeiro* alcançou esse princípio do jornalismo contemporâneo muito antes da regra ser estabelecida. (GRISOLIO, 2014, p. 484).

Na figura 4 temos a capa da primeira edição da revista *O Cruzeiro*, de 10 de Novembro de 1928. Nesta imagem podemos visualizar a descrição da capa, conforme apresentado por Grisolio (2014).

Figura 4 - Capa 1ª edição Revista O Cruzeiro.



Fonte Biblioteca Nacional Digital Disponível em:  
<https://bndigital.bn.gov.br/artigos/o-cruzeiro/>

Romanello e Oliva (2015, p. 23) consideram que, “[...] a revista colaborou para a divulgação e para a propaganda da imagem de Getúlio Vargas, desde o seu lançamento até por meados de 1932, contribuindo para a sua construção e sedimentação”.

Segundo Serpa (2003), *O Cruzeiro* não era destinada exclusivamente a um público feminino. Entretanto, seu conteúdo em sua grande parte traziam assuntos que tratavam de apresentar uma mulher moderna para a época, “uma nova mulher”. Todavia, essa representação apresentada pela revista não fazia parte “da realidade da maioria das mulheres brasileiras” como explica a pesquisadora.

A revista teve também toda essa tecnologia a serviço da construção da “nova mulher”, mas que não representava a realidade da maioria das brasileiras que viviam em condições sociais precárias e eram analfabetas. Ela mostrava uma imagem relacionada às mudanças de um país que despia suas mulheres das saias longas e as urbanizava com biquínis, blush e pó-de-arroz, ou seja, que buscava moldar comportamento feminino com novas formas de vestir e de se mostrar para a sociedade. Essa imagem que incluía a utilização da maquiagem e de produtos femininos de beleza como símbolo de moderno e novo ilustravam as capas desde a primeira edição. (SERPA, 2003, p. 28-29).

Esse argumento de Serpa (2003) se aproxima do discurso da revista *Grande Hotel* que enfatizava em vários momentos essa necessidade da mulher estar próxima daquilo que era o

“moderno”. Isso se dava constantemente nos anúncios publicitários trazidos pela *Grande Hotel*, mas verificaremos durante a pesquisa se a postura geral da revista seguirá o mesmo perfil.

A citação seguinte é um trecho do anúncio publicado na revista *Grande Hotel* em 1965 sobre um conjunto de painéis da marca *Rochedo*.

Linhas modernas, bonitas, funcionalmente traçadas. Para cada serviço, uma peça apropriada: leve ... fácil de manusear... no tamanho exato que V. precisa! 33 ou 35 peças utilíssimas, em reluzente alumínio polido - que se conservam assim a vida toda. Cantos arredondados - simplificam ao máximo a limpeza. Cabos, asas e pegadores de baquelite isolante- ajustam-se perfeitamente às suas mãos... sem nunca queimá-las. Tampas na cor alumínio natural ou coloridas em azul e rosa pink. (*GRANDE HOTEL*, 1965, p. 75).

A partir da apresentação detalhada do produto podemos pensar: Será que tal produto poderia ser consumido por qualquer leitora da revista? Em nenhum momento o anúncio argumenta sobre o produto ser barato e acessível para todas as donas de casa.

O panorama apresentado sobre a produção de revistas e suas especificidades mostra que este tipo de produto cultural passou por modificações ao longo do tempo, no intuito de se aproximar cada vez mais de seu público alvo (leitor), trazendo temas sobre casamento, família, comportamento e publicidade com o objetivo de vender produtos de beleza, moda e principalmente produtos voltados para o lar e para a dona de casa.

A linguagem das revistas mencionadas reforçava os papéis sociais atribuídas ao feminino e ao masculino. Assim, a mulher é representada como a cuidadora do lar, do esposo e dos filhos e o homem é apresentado como provedor da família. Também, as revistas indicam as possibilidades de consumo (moda, utensílios, beleza, etc.) marcado pelo “privilégio” de viver em um “mundo moderno”, apesar de algumas vezes externar a característica patriarcal. Essas características são interessantes para pensar a revista como uma mediadora cultural. Isso servirá para compreender as singularidades apresentadas nas revistas de fotonovela, que são especializadas em tratar as representações sociais por meio de fotografias e textos.

## 1.2 AS REVISTAS DE FOTONOVELA: APONTAMENTOS SOBRE A ORIGEM, CARACTERIZAÇÃO E HIBRIDISMO CULTURAL

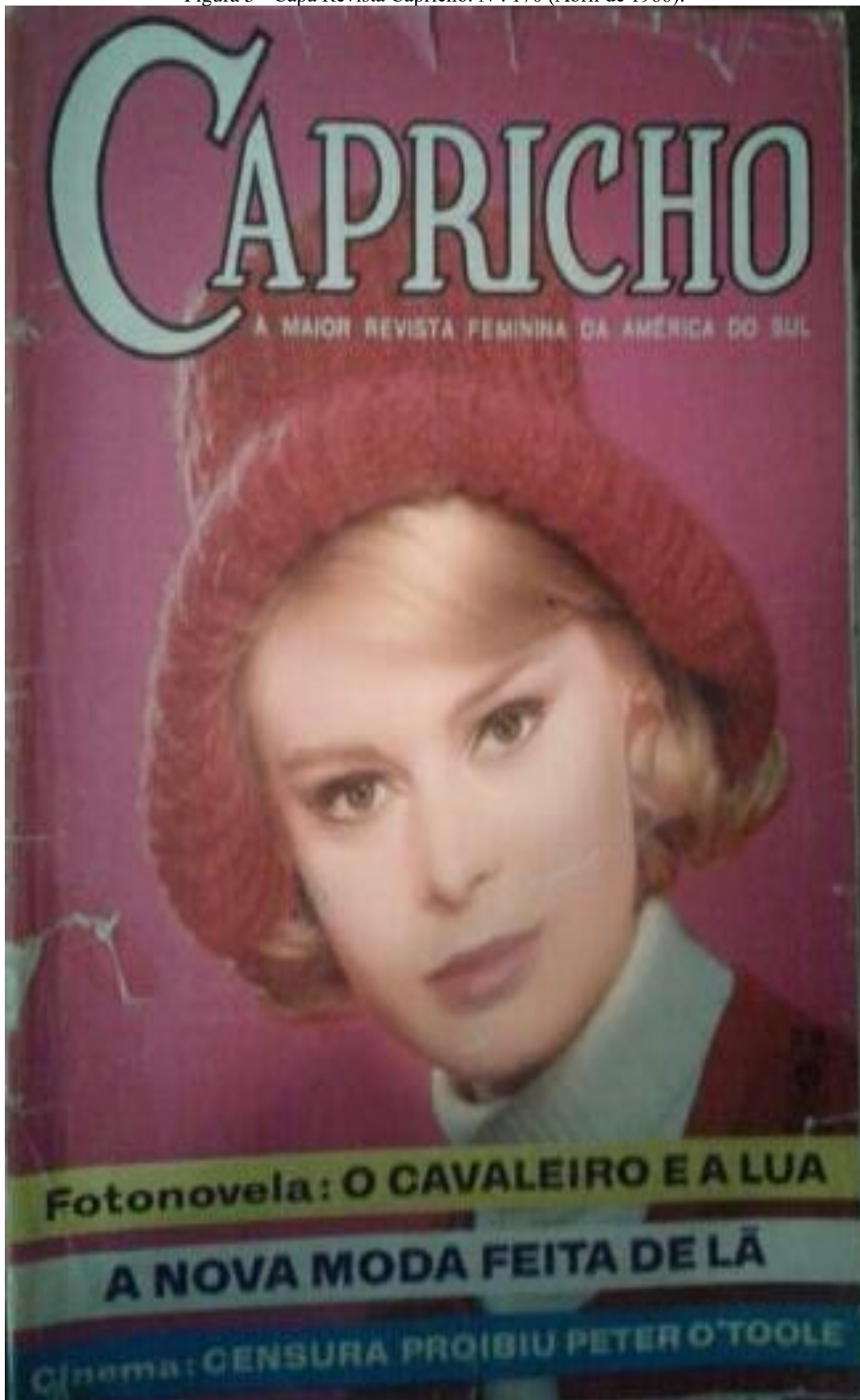
A partir dos anos de 1950, podemos observar uma ascensão da classe média no Brasil, ou seja, do crescimento e também da industrialização que proporcionou melhores possibilidades de trabalho e educação. Nos discursos políticos, ouvia-se falar em democracia e participação, com a possibilidade de ampliar o acesso ao lazer, consumo e à informação (BASSANEZI, 1997, p. 608).

Neste período surgem diversas revistas com temas ligados ao chamado “mundo feminino”, incrementando o circuito social das revistas. Estas seriam uma espécie de fonte de informação para a mulher moderna, com assuntos relacionados ao lar, à beleza, à moda, ao comportamento, reforçando a ideia da mulher destinada para a família e para os afazeres domésticos (BASSANEZI, 1996).

Quando levamos em conta o nosso objeto de estudo esse contexto pode ser mais bem compreendido ao mencionarmos algumas informações acerca deste tipo de produto cultural: a revista. Angeluccia Bernardes Habert (1974) ao fazer um estudo detalhado das revistas de fotonovela, afirma que elas eram uma forma de literatura consumida por um grande público, já que a leitura de jornais e revistas era um dos hábitos do sujeito moderno. Através principalmente das revistas com milhares de capas coloridas e “chamativas” (figura 5 e 6) é que se havia a possibilidade de ficar informado e principalmente de entrar em um mundo de sonhos e fantasias.



Figura 5 - Capa Revista Capricho. N°. 170 (Abril de 1966).



Fonte: Acervo pessoal da autora

Figura 6 - Capa revista *Grande Hotel*, N. 1165 (1969).



FONTE: PIOL, João. Acervo João Piol: Revistas de Fotonovela.

Disponível em: <<http://joaopiol.blogspot.com/>>. Acesso em 20 de Julho de 2020.

A apresentação das revistas a partir de suas capas é algo importante ao se pensar sobre a construção da mesma e de sua recepção pelo público. Por exemplo, a revista *O Cruzeiro* (figura 4), assim como as revistas de fotonovela vão trazer para seus leitores uma nova percepção visual com as suas edições com capas coloridas, que se tornam chamativas. Leoni Serpa ao fazer um estudo sobre a revista *O Cruzeiro* observa:

O *Cruzeiro* só veio a adotar um padrão editorial e gráfico mais próximo do que conhecemos hoje na diagramação de textos e fotografias, além de seções especializadas, depois da década de 1940. Mesmo assim, foi moderna para a época, principalmente pela inovação que trouxe na gravura desde os primeiros exemplares. Inegavelmente, era uma revista que “enchia os olhos”, sobretudo pela beleza das capas. Na década de 1930 a preocupação era com a beleza da fotografia, o que não ocorreu apenas em *O Cruzeiro*, mas nos diversos impressos de comunicação do país. (SERPA, p. 41).

Essa importância vai ser discutida por Cunha (2007) ao afirmar que a primeira impressão do leitor sobre o produto a ser consumido é algo a ser considerado quando falamos de jornais ou neste caso de revistas.

As capas de jornais e revistas atuam como a “recepção” da mídia impressa. Vale ressaltar que a função de recepcionar, aqui, é na acepção de acolher o leitor. Assim, a função de uma capa é mais comparável à repartição dos estabelecimentos comerciais e afins que se encarrega de receber os clientes e dar informações básicas sobre o que eles procuram. Responsabilidade muito apropriada quando se reconhece o caráter mercadológico assumido pelo jornalismo contemporâneo: a capa seria o aporte físico para o primeiro contato entre leitor e jornal e/ou revista. Ou melhor, a primeira impressão entre consumidor (o leitor) e o produto a ser consumido (a edição do jornal e/ou revista) produzido por uma empresa midiática. (CUNHA, 2007, p. 1).

Adiante, veremos que as capas das revistas de fotonovela também trazem uma estética colorida para chamar atenção de seu público consumidor e se apresentar como uma mídia “moderna”. Uma boa revista precisa de uma capa que ajude a conquistar leitores e os convença a levá-la para casa (SCALZO, 2016, p. 62). A figura 5, que mostra a capa da revista *Capricho*, é um exemplo marcante por evidenciar o uso das cores. Observamos nesta capa uma mulher jovem com um fundo na cor rosa. O nome da revista foi escrito em branco e o título da fotonovela foi feito em amarelo e ainda uma frase sobre cinema foi incluída na cor azul.

A capa da revista *Grande Hotel* N. 1165 (figura 6) traz uma jovem mulher, de olhos verdes, vestindo uma camisa branca e calça vermelha. As cores são vívidas e o retrato da mulher preenche grande parte do espaço da capa. As letras do nome da revista *Grande Hotel* foram elaboradas em vermelho e utilizaram um tamanho expressivo em sua fonte. Os temas foram apresentados ao lado esquerdo da capa, na cor azul e separados por uma linha horizontal vermelha. O batom e a calça vermelha acompanham a composição.

Essa valorização do espaço da capa para o retrato da mulher sozinha ocorre nas revistas de fotonovelas da década de 1960, conforme exemplificado, também, na figura 7. Em todos os retratos analisados da *Grande Hotel*, as mulheres estão com uma maquiagem bem visível, buscando traduzir uma visualidade moderna e feminina. O foco da composição é na mulher. Neste sentido, provavelmente a composição de um cenário com elementos adicionais (objetos) era vista como ineficaz por distrair o olhar do consumidor.



Figura 7 - Capa revista *Grande Hotel* Ano, XX N. 987 (1966).



PIOL, João. Acervo João Piol: Revistas de Fotonovela.

Disponível em: <<http://joaopiol.blogspot.com/>>. Acesso em 20 de Julho de 2020.

De fato, a novidade das capas coloridas mostra que o produto tornou-se mais atrativo, trazendo elementos visuais que estão atrelados aos aspectos modernos da produção gráfica. No entanto, é importante apontar que por outro lado, o texto e as imagens que compõem a narrativa visual da fotonovela permaneceram em preto e branco (figura 8). Isso indica que existia um custo elevado para uma possível mudança nas cores do “miolo” da revista. Assim, podemos concluir que a capa era considerada um elemento importante deste produto de consumo, considerando que o foco de sua estética está no uso da cor saturada e vívida para chamar a



atenção do público leitor, mesmo considerando o custo de sua produção elevada. Essa observação traz à tona a expressão “a primeira impressão é a que fica”!

Figura 8 - Imagem em preto e branco “Fotonovela Casamento tentador”.



GRANDE HOTEL N.º 987 — pág. 25

Fonte: Grande Hotel N. 987( 1966). Acervo Joaopio.blogpot.com

Ainda com relação à qualidade da produção gráfica, interessa mostrar um trecho da fotonovela *Abandonada no dia do casamento* (figura 8). Neste fragmento verifica-se o diálogo sobre a ansiedade da véspera do casamento dos personagens Mily e Sérgio. Nestes fotogramas as imagens não são muito nítidas. Na verdade, as imagens são um pouco escuras, contrastando com a proposta da qualidade da capa da revista.

No tocante ao conteúdo das narrativas das fotonovelas é interessante observar que as análises de nossas fontes e os estudos realizados com outras revistas de fotonovela indicaram que todas traziam em suas páginas um conteúdo semelhante. Isto é, as fotonovelas comunicam sobre romances que demonstravam um universo de paixões, amores, casamentos, além de promessas e da consolidação de um amor perfeito. Adicionalmente essas revistas expõem as dicas de beleza, comportamento e etiqueta, além de compartilhar receitas de culinária, horóscopos e anúncios publicitários. O seu conteúdo é intensamente focado no universo feminino, mas com o aspecto sentimental. Isso é notado inclusive na seção de anúncios, que era feito com o objetivo de encontrar um futuro esposo ou esposa. Além disso, algumas revistas apresentam a seção de aconselhamento sentimental, que funcionava para tirar dúvidas sobre relacionamentos, namoro, casamento e família.

Com relação ao papel das revistas de fotonovela, Miguel (2014) apresenta duas funções que desempenhavam na vida cotidiana de suas leitoras:

Pensando acerca da relação entre leitoras e fotonovelas, destacarei o que chamo de duas funções possíveis destas histórias: integrar as mulheres na sociedade urbana e proporcionar, a estas mesmas mulheres, um momento de fuga da vida cotidiana. No que tange à possibilidade de inserir as mulheres na vida urbana, as fotonovelas serviram como uma forma de apresentar às suas leitoras, e possíveis leitores, novos hábitos e comportamentos associados à vida urbana, trazendo, em suas páginas, modos e modas a serem seguidos e copiados, desde o corte de cabelo, os penteados e as roupas até maneiras de agir, de namorar, de sonhar. Independente do fato de as fotonovelas publicadas no Brasil serem, em sua grande maioria, importadas da Itália, esse processo identificatório com os padrões urbanos estava presente. (MIGUEL, 2014, p. 10).

Ao mesmo tempo em que este produto cultural trazia elementos visuais e de narrativa para forjar uma percepção sobre as relações humanas no “mundo moderno”, é relevante destacar a defesa de Marília Scalzo (2016). Segundo essa pesquisadora, essas revistas nasceram sob o signo da mais pura diversão. Isso pode ser notado quando traziam gravuras e fatos que serviam para distrair seus leitores e transportá-los para onde jamais pudessem ir. Por outro lado, ajudaram na formação e na educação de grandes parcelas da população que precisavam de informações específicas, mas que não queriam - ou não podiam - dedicar-se aos livros.

Apesar das fotonovelas publicadas nas revistas brasileiras serem de origem italiana, a pesquisadora Raquel de Barros Pinto Miguel (2016) cita também a origem francesa. Tendo seu surgimento na Itália do pós-guerra, a fotonovela é entendida como um subproduto do cinema, sendo que “as primeiras publicações nesse formato (fotos e legendas mostrando as falas dos personagens) foram cartazes de filmes” (SAMPAIO, 2008, p. 1). Sampaio (2008, p 1) explica como ocorria a apropriação dessas imagens:

[...] os estúdios usavam fotogramas cortado na edição dos filmes para montar seus cartazes e anúncios publicitários, que traziam como que um pequeno resumo do filme. Por isso, em fotonovelas das décadas de 1950 e 1960, não é raro reconhecer o rosto de estrelas do cinema europeu, principalmente o italiano.

Essa afirmação de que as fotonovelas têm seu conteúdo originário da França e Itália nos faz pensar a fotonovela como um produto resultante de um processo de hibridismo cultural, de origem europeia, a partir das especificidades do cinema, da fotografia e da história em quadrinhos.

O conteúdo das revistas de fotonovela sofreu influência europeia através do cinema italiano e francês e da moda e produtos de beleza franceses. Neste sentido vale destacar que para Peter Burke (2003, p. 23):

Exemplos de hibridismo cultural podem ser encontrados em toda parte, não apenas em todo o globo como na maioria dos domínios da cultura – religiões sincréticas, Filosofias ecléticas, Ínguas e culinárias mistas e estilos híbridos na arquitetura, na literatura ou música. Seria insensato assumir que o termo hibridismo tenha exatamente o mesmo significado em todos estes casos. Para segurar o touro pelos chifres, pode ser útil começar distinguindo e discutindo três tipos de hibridismo, ou processos de hibridização, que envolvem respectivamente artefatos, práticas e finalmente povos.

O conceito de hibridismo cultural é complexo e discutido por estudiosos de diversas áreas. Outro autor que nos ajudou a refletir sobre os processos de hibridização foi o antropólogo argentino Néstor Garcia Canclini, que é considerado referencial para os estudos de pós-modernidade e da cultura da América Latina. Em sua obra *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*, Canclini discute sobre as várias formas de Hibridismo cultural na América Latina. No capítulo VII, o autor faz uma reflexão sobre o grafite e as revistas em quadrinhos como gêneros impuros:

Las historietas se han vuelto a tal punto un componente central de la cultura contemporánea, con una bibliografía tan extensa, que sería trivial insistir en lo que todos sabemos de su alianza novedosa, desde fines del siglo XIX, entre la cultura icónica y la literaria. Participan del arte y el periodismo, son la literatura más leída, la rama de la industria editorial que produce mayores ganancias. En México, por ejemplo, se publican cada mes 70 millones de ejemplares y sus réditos son superiores a los de libros y revistas juntos.<sup>3</sup> (CANCLINI, 1989, p. 316).

---

<sup>3</sup> Os quadrinhos se tornaram um componente central da cultura contemporânea, com uma bibliografia tão extensa, que seria trivial insistir no que todos sabemos sobre sua nova aliança, desde o final do século XIX, entre cultura icônica e literária. Eles participam de arte e jornalismo, são a literatura mais lida, o ramo da indústria editorial que produz os maiores lucros. No México, por exemplo, são publicados 70 milhões de exemplares todos os meses e suas receitas são superiores às de livros e revistas juntos.. (CANCLINI, 1989, p. 316). (Tradução da autora)

Para Canclini (1989, p. 305), esse processo de hibridização na América Latina seria decorrente dos processos de sincretismo e trocas culturais ao longo do tempo:

La hibridez tiene un largo trayecto en las culturas latinoamericanas. Recordamos antes las formas sincréticas creadas por las matrices españolas y portuguesas con la figuración indígena. En los proyectos de independencia y desarrollo nacional vimos la lucha por compatibilizar el modernismo cultural con la semimodernización económica, y ambos con las tradiciones persistentes<sup>4</sup>.

Cardoso (2008), em seu trabalho *Hibridismo cultural na América Latina*, reafirma o pensamento de Canclini ao argumentar que:

O continente latino-americano é um lugar por excelência para a ocorrência do hibridismo cultural, porque é um espaço de imigração e migração desde eras remotas e que [...] Todo sujeito migrante é um sujeito híbrido, porque, quando deixa sua terra, torna-se diferente, pois os outros homens que encontra na terra estrangeira têm outros costumes e outras crenças. (CARDOSO, 2008, p. 79).

Além dos exemplos mencionados de hibridismo cultural, podemos incluir as fotonovelas que remetem aos romances-folhetins franceses do século XIX. No Brasil, a fotonovela chega na década de 1940, quando a Editora Vecchi começa a publicar a revista *Grande Hotel*. Seu perfil híbrido está atrelado à apropriação das fotonovelas europeias e ao visual específico da fotonovela (mistura de cinema e quadrinhos). Outras editoras brasileiras também começaram a publicar outras revistas de fotonovela:

[...] como Rio Gráfica (depois Globo) e Bloch também publicaram revistas de fotonovelas na época, mas com circulação menor. Sétimo Céu, da Bloch, teve o mérito de produzir as primeiras fotonovelas brasileiras, com atores que começavam a fazer sucesso na emergente televisão brasileira dos anos 60; foi também a primeira a publicar fotonovelas coloridas regularmente [...]. (SILVA, 2008, p. 1).

É importante mencionar que um pouco antes do surgimento das fotonovelas no Brasil, já existia outra forma de entretenimento voltada fundamentalmente para o público feminino: a radionovela. Este gênero iniciou-se no Brasil em 1941 e estendeu-se até os anos de 1950. O rádio brasileiro vivenciou “um crescimento interno e uma repercussão junto ao público ouvinte de tal magnitude que fez com que o período entrasse para a história como os ‘anos dourados’ do rádio brasileiro”(CALABRE, 2003, p. 1). Ainda segundo Calabre (2003), temos a informação de que as radionovelas eram um dos programas de maior audiência radiofônica da época.

---

<sup>4</sup> O hibridismo tem uma longa história nas culturas latino-americanas. Lembramos antes das formas sincréticas criadas pelas matrizes espanhola e portuguesa com a figuração indígena. Nos projetos de independência e desenvolvimento nacional, vimos a luta para tornar o modernismo cultural compatível com a semi-modernização econômica, e ambos com tradições persistentes. (Tradução da autora)



Azevedo (2002, p. 12) argumenta sobre o surgimento do rádio e sua popularidade na década de 1940, mencionando também sobre o domínio das radionovelas dentre as programações exibidas neste período:

Tendo surgido na década de 1920, o rádio brasileiro iniciou seu efetivo crescimento na década de 1930, sendo temporariamente contido pela eclosão da Segunda Grande Guerra e a consequente orientação da produção industrial para o setor de armamentos. O fim do conflito trouxe de volta o crescimento da produção de bens de consumo. Logo os aparelhos de rádio invadiram o mercado brasileiro em diversos modelos e preços acessíveis às diversas camadas da população brasileira. As estações transmissoras se multiplicaram. O rádio já alcançava altos índices de audiência, tornou-se popularíssimo no final da década de 1940. Veio o tempo das cantoras populares disputando o título de *Rainhas do Rádio*, das radionovelas dominando as programações [...].

Pertinente observar que assim como as fotonovelas, as radionovelas eram produtos culturais que foram importados para o Brasil. No entanto, se a fotonovela era uma cópia dos modos de representar-se segundo a cultura italiana ou francesa, a radionovela transmitida no Brasil comunicava um produto cultural originário de Cuba. (MURAKAMI, 2015) Senhoras e senhoritas esperavam ansiosas pelo horário marcado para sentarem em frente ao rádio e acompanhar o desenrolar das histórias românticas, já tentando imaginar qual seria seu desfecho.

A primeira radionovela transmitida no Brasil, *Em busca da felicidade*, foi ao ar pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 05 de junho de 1941 (CALABRE, 2003).

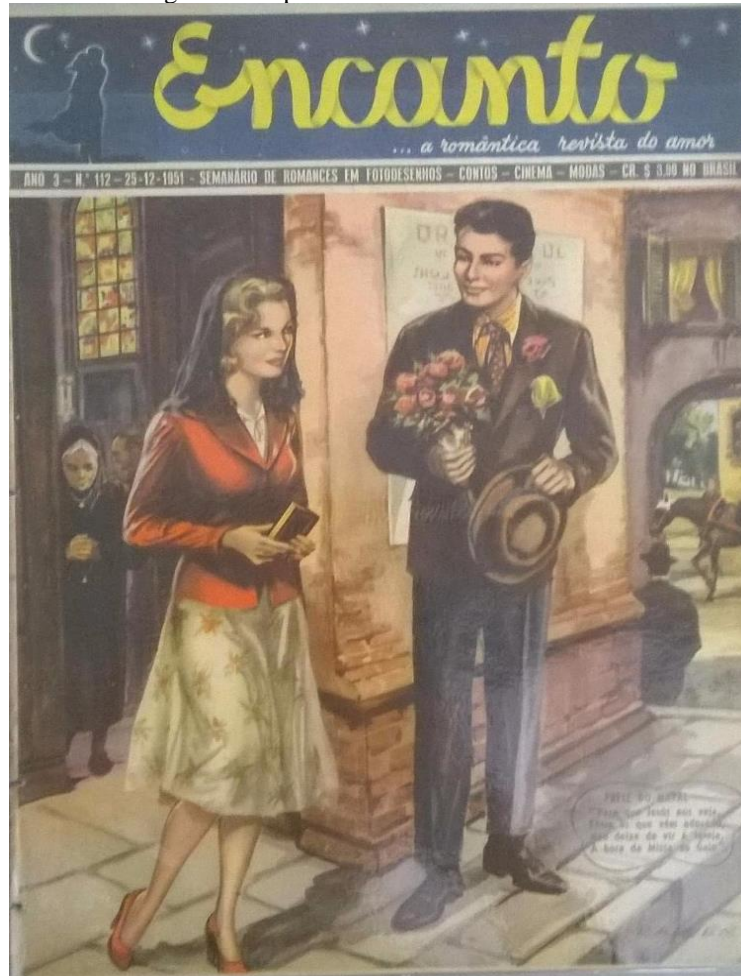
Na verdade, o que estava sendo lançado com *Em busca da felicidade* era um novo modelo, algo diferente do que até então as emissoras costumavam apresentar. As radionovelas eram histórias seriadas, irradiadas às segundas, quartas e sextas-feiras ou às terças, quintas e aos sábados. A duração variava, indo de um mês até dois anos, como foi o caso de *Em busca da felicidade*, que ficou em cartaz de 1941 até 1943. Entretanto, podemos afirmar que a média era de dois meses de duração. (CALABRE, 2007, p. 68).

As radionovelas terão grande repercussão entre as décadas de 1940 e 1950, perdendo o espaço por dois fatores fundamentais: a falta de verbas e o aparecimento da telenovela. Sobre essa afirmação, Calabre (2007) discorre que produzir uma radionovela não era algo barato e sendo assim necessitava de patrocinadores. Estes acabaram interessados pela televisão e desta forma colaboraram para diminuir os recursos financeiros. Como consequência, as radionovelas desapareceram na década de 1970.

Em paralelo a transmissão da radionovela surge um produto cultural que demandaria menos custo em sua produção e que contaria com grande circulação: as revistas de fotonovela. A possibilidade de entrar em contato com os romances construídos pela montagem de fotografias e textos está inserida em um modo diferenciado de recepção e de circulação, ofertando outra forma de entretenimento. A *Encanto* foi a primeira revista de fotonovela

produzida no Brasil. O seu lançamento ocorreu em 1949 pela editora Artes Gráficas do Brasil, que era localizada na cidade de São Paulo<sup>5</sup>.

Figura 9 - Capa revista *Encanto*.



Fonte: Revista *Encanto*. Ano 3- N 112- 25-12-1951 Disponível em: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-716422973-encanto-a-revista-romantica-do-amor-1-n-27-\\_JM](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-716422973-encanto-a-revista-romantica-do-amor-1-n-27-_JM)

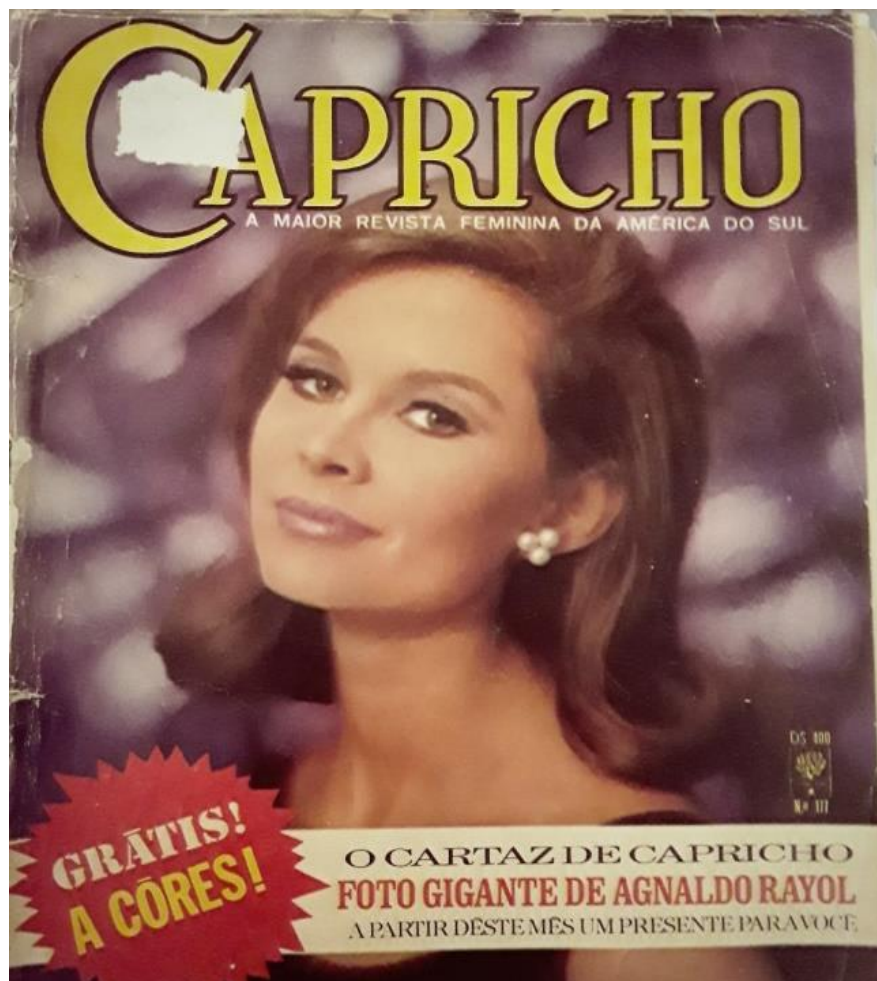
A revista *Grande Hotel* surgiu em 1947, mas somente em 1951 que introduziram a fotonovela. Adiante, o mercado se mostrou promissor, pois em 1952 começou a circular a revista *Capricho*, que teve grande repercussão na imprensa feminina.

A revista *Capricho* (Editora Abril) é considerada um marco do nascimento da grande imprensa feminina brasileira. Ela surgiu em 1952 como uma publicação quinzenal constituída por fotonovelas que tinham como público-alvo mulheres casadas ou em busca de um casamento. Durante muitos anos, as reportagens foram centradas na manutenção do lar, com dicas de como ser uma perfeita esposa e dona de casa. (GURGEL, 2010, p. 94).

<sup>5</sup> Existem poucas informações sobre a revista *Encanto*. As informações referentes a data da primeira edição da *Encanto* procedem do blog de fotonovela.

Deste trecho podemos verificar que o tema casamento está relacionado especificamente aos papéis desempenhados pela mulher no lar. A abordagem sobre o casamento esteve atrelado a uma realização pessoal da mulher. Podemos perceber isso a partir dos enredos das fotonovelas analisadas. Estes mostram que em algum momento da trama o “passo” para a felicidade da mulher é o casamento. Em outras palavras, o casamento representa a união e a felicidade entre duas pessoas de gênero diferente. Com isso vale observar que a revista indica que os modos de viver e pensar interessava ao mundo feminino da América do Sul, uma vez que a própria revista se apresentava como “A maior revista feminina da América do Sul” (Figura 10). Ou ainda, este tipo de informação propõe pensar que este tipo de “chamada publicitária” poderia representar a inclusão e/ou o fortalecimento de uma identidade única para a América do Sul. Também, poderia remeter à importância destacada dos meios de comunicação no Brasil, quando comparados aos países Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Guiana, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai e Venezuela que constituem a América do Sul.

Figura 10 - Capa revista Ano VX, N. 177 – Novembro de 1966.



Fonte: Acervo pessoal da autora

Sobre o surgimento destas revistas, Scalzo (2016, p. 34) escreve:

Na década de 1950, [...] surgem as revistas de fotonovelas, que atingem em cheio o público feminino. Recheadas de histórias românticas, também não estão preocupadas em mudar nenhum modelo de sociedade. Mas a mulher começa, a partir daí, a ser identificada como mercado consumidor - público privilegiado de revistas.

Assim, vale completar que as revistas femininas, segundo Bassanezi (1996, p. 15), “veiculam o que é considerado próprio do ‘mundo feminino’ pelos seus contemporâneos”. O conteúdo da revista é marcado pelo enredo da história e este não tem o intuito de trazer aos leitores ideias revolucionárias. Entretanto, as publicações consideram as transformações de seu tempo.

Sendo que uma das funções das revistas comerciais é a de obter lucro com sua venda, estas buscam reproduzir as ideias predominantes de sua época, ao mesmo tempo trazem ideias novas, mas sempre buscando manter um equilíbrio da ordem social. As revistas também conseguem criar gostos, opiniões, padrões de conduta e consumo, sendo que elas muitas vezes servem como “guias de ação, conselheiras persuasivas e companheiras de lazer” (BASSANEZI, p. 15).

As revistas seriam como mediadoras entre suas leitoras e as representações sociais da época acerca do papel da mulher, seja ela jovem que pretendia se casar ou seja para as casadas que objetivavam desempenhar seu papel de mãe e esposa junto ao lar e sua família.

Ao estudar sobre as revistas femininas, Bassanezi, (1996) percebe que essas revistas davam uma forte ênfase à valorização da família e do casamento, sendo que este tinha papel social importante perante a sociedade. Nas palavras de Bassanezi (1996, p. 19): “A defesa da família brasileira - ou melhor, de um tipo determinado de família proposto como modelo - caracterizou-se por uma tentativa de perpetuar uma forma específica e dominante de relações, papéis e representações sociais”.

Seja na música, no cinema, na televisão, ou nas revistas, os temas amor, sexualidade, casamento e família apareciam de forma a mostrar os conflitos que a sociedade vivia (DEL PRIORE, 2005, p. 306). Considerando essa temática do casamento bastante perceptível nos romances das revistas de fotonovelas é que buscaremos questionar com base na produção fotonovelística como se dava essa representação, qual é o papel do casamento para a sociedade da época e como isso pode ser observado nos enredos construídos, considerando o texto e a imagem.

Para Nikitiuk (2001, p. 18), “[...] a História é escrita com e/ou a partir de documentos”, sendo que a importância maior não está em quais são estes documentos e sim a crítica que se

faz a partir destes. A partir da crítica, o documento ganha sentido chegando a uma “leitura das lacunas e vazios, de contexto e de propósitos de produção e transmissão”.

Em *Grande Massacre de Gatos*, Darnton (2011) faz uma análise sobre as maneiras de pensar na França do século XVIII. Neste livro, ele aponta a importância de se analisar e interpretar os documentos com cuidado na busca por sua significação. Darnton não buscou apenas saber o que se pensava, mas sim como se pensava, como “interpretavam o mundo”. Nas palavras de Darnton (2011, p. 17): “Ao historiador, portanto, deveria ser possível descobrir a dimensão social do pensamento e extrair significação de documentos, passando do texto ao contexto e voltando ao primeiro, até abrir caminhos através de um universo mental”.

Assim, esses aspectos serão retomados em nossa pesquisa com os exemplares da revista *Grande Hotel*, referente ao período da década de 1960. Com relação à escolha desse impresso, podemos justificar a partir das palavras de Martins (2003, p. 60) ao dizer:

[...] as imensas possibilidades de análises decorrentes da Nova História potencializaram o gênero “revista” como fonte, ou melhor, esta modalidade de publicação periódica evidenciou-se como suporte rico e diversificado de documentos, síntese privilegiada de instantâneos reveladores processos históricos, representação material de práticas de consumo, usos e costumes. [...] Logo, a atração suscitada pela revista como documento, tornou-se irresistível, conjunto lúdico que numa só publicação reúne texto, imagem, técnica, visões de mundo e imaginários coletivos.

Ademais, podemos justificar o recorte temporal escolhido, pelo fato de que ao buscarmos informações sobre estas revistas, observamos uma grande circulação das mesmas neste período. De acordo com Habert (1974, p. 22), o número de revistas que publicavam as fotonovelas era bastante considerável, pois era “o segundo grupo de revistas em tiragem e circulação”, só perdia para o primeiro grupo que eram as revistas de História em quadrinhos infantis como Tio Patinhas, Mickey e Pato Donald, todas publicadas pela editora Abril (HABERT, p. 22).

### 1.3 ENTRA EM CENA A REVISTA *GRANDE HOTEL*

Antes de problematizar o conteúdo das fotonovelas contidas na revista *Grande Hotel*, primeiro necessitamos retomar um pouco acerca deste periódico. Conforme apresentado, a revista *Grande Hotel* surge no Brasil no final da década de 1940. Esta revista era destinada especificamente ao público feminino, entretanto a partir de nossa análise documental encontramos pistas de que seu conteúdo também se dirigia ao público masculino em alguns momentos. Talvez essa aproximação entre o universo masculino e feminino ocorreu



considerando que a prática de trocas de revistas entre as moças da época era constante. Neste caso, muitas mulheres tinham irmãos, primos e estes também poderiam entrar em contato com esse tipo de leitura, apesar das capas terem um perfil que mostra a busca por um consumidor feminino. A figura 11 mostra a capa da revista *Grande Hotel* com uma a moça sorridente, ofertando a sensação de alegria para seu público leitor. O título da revista está destacado em itálico e traz uma chamada para o conteúdo da revista: cinema, culinária, conto e a fotonovela.

Figura 11 - Capa *Grande Hotel*, N. 975, 12/04/1966.



Fonte: Acervo pessoal da autora

De modo geral, em todas as revistas analisadas aparecerá além das fotonovelas, as dicas de beleza, de culinária, de cuidados com o lar, a astrologia com previsões para os signos, as notícias do cinema e as imagens publicitárias. No entanto, em algumas publicações iremos encontrar os testes de comportamento, testes sentimentais, artigos sobre casamento, contos e uma seção de humor. A figura 12 mostra algumas dessas informações.

Figura 12 - Sumário Revista Grande Hotel.

# Grande Hotel

**A REVISTA FEMININA DE MAIOR CIRCULAÇÃO DA AMÉRICA LATINA**

**Editor e Diretor:**  
ARTURO VECCHI

**Diretor Responsável:**  
DELMAN BONATTO

**Diretor Técnico:**  
SEMI ALZUGUIR

**Diretor de Arte e Redação:**  
LOTARIO VECCHI

**Secretária:**  
IRENE BIAL

**Gerente de Circulação:**  
AUGUSTO RIBEIRO

**Gerente de Publicidade:**  
PEDRO JANUÁRIO

**Publicidade em São Paulo:**  
REPREENAES

**Publicidade em Porto Alegre:**  
WILSON RAFFO

**Fotografia:** João Fontes — **Colaboradores:** Malba Tahan, Maria Lúcia Pessoa de Barros, Elza Faria Rocha, Clímene Ruiz, Adriana, Enrique Zavaleta B. — **Correspondente em Hollywood:** Getúlio C. Batista.

**GRANDE HOTEL — publicação semanal da CASA EDITORA VECCHI LTDA. — Redação, administração e oficinas:** RUA DO RESENDE, 144 — Tel.: 32-3535, RIO DE JANEIRO, GB. — **Representante em São Paulo:** Rua 7 de Abril, 261 - 5.º andar - Conjunto 506 - Fones: 32-3512 e 35-0948. Em Porto Alegre: Av. Alberto Bins, 362 - Sala 301 - Tel.: 4-9889 — **ASSINATURAS:** Anual, porte simples: NCr\$ 32,76; Semestral, porte simples: NCr\$ 16,38; Anual, sob registro: NCr\$ 35,36; Semestral, sob registro: NCr\$ 17,68. — **Preço no Acre, Roraima, cidades de Manaus e Santarém:** NCr\$ 1,00. — **Fica proibida a reprodução total ou parcial desta publicação. Copyright 1968. — Não devolvemos originais, nem mantemos correspondência sobre os mesmos. — A Direção não se responsabiliza pelos trabalhos de colaboração que aparecem nesta Revista. — Os nomes usados em nossos contos e fotonovelas são fictícios. Toda semelhança é mera coincidência.**

GRANDE HOTEL é associada do

ANO XX — N.º 1076 — 19-3-68  
RIO DE JANEIRO — GB.

**PUBLICAÇÃO SEMANAL DA CASA EDITORA VECCHI**

**S U M Á R I O**

**CINEMA**  
Peter O'Toole se suicida? ..... 4

**CONTO**  
Um pouco de desprezo ..... 8

**MALBA TAHAN**  
A torre da esmola ..... 13

**REPORTAGEM**  
Eliana Pitman, livre outra vez ..... 16

**TESTE**  
Você quer ser feliz no casamento? ... 20

**FOTONOVELA**  
O homem que eu amo não existe .... 25

**BELEZA**  
Aquêle suave e perfumado toque ... 64

**ARTIGO**  
As meio-viúvas ..... 70

**CULINÁRIA**  
A nossa cozinha ..... 77

**HORÓSCOPO**  
Falamos os astros ..... 80

**HUMORISMO**  
Vamos rir juntos, ..... 82

**CANTINHO DO LEITOR**

Astros famosos como Peter O'Toole e Eliana Pitman estão em interessantes reportagens neste nosso número. Traçamos também para vocês um divertido teste e bons conselhos para se ter uma linda pele.

GRANDE HOTEL N.º 1076 — pág. 3

Em sua formulação observamos um sumário direcionado ao seu público consumidor sobre o que poderiam encontrar na revista. Ao centro da página, logo abaixo em negrito, notamos o espaço denominado “Cantinho do leitor”. Neste local é comunicado o que se terá de interessante à leitura. Isto é, neste exemplar, esse espaço comunica que trará reportagens com os astros famosos Peter O’Toole e Eliana Pitman, além de um teste divertido e de conselhos para ter uma linda pele.

Conforme comentado, a revista era produzida pela Editora Vecchi, com a direção e edição de Arturo Vecchi, e sua publicação era semanal. Entretanto, na década de 1970, a editora começa a publicar a *Grande Hotel* em edição especial mensal. Neste caso, o alcance de sua circulação era anunciado como sendo “A revista Feminina de Maior Circulação da América Latina” (*Grande Hotel*, 1968, p. 3), indicando uma ampliação do público quando comparado ao caso mencionado da revista concorrente, *Capricho* - edição de 1966 (Figura 10), sobre a sua circulação pela América do Sul.

Figura 13 - Capa Revista *Grande Hotel* Edição Mensal.



Fonte: Revista *Grande Hotel*. Edição Mensal, N. 15, 1971.

Disponível em: <http://joaopiol.blogspot.com/>

Como sendo um produto de consumo, a necessidade de sua divulgação orientou o seu anúncio em jornais da época. Um exemplo é o anúncio interno publicado no jornal *Última Hora*,



da cidade do Rio de Janeiro, em abril de 1959 (figura 14). A chamada publicitária era enfática com relação à trama fotonovelística: “*Ela queria destruir nosso amor*”. Isso mostra a importância que se dava à narrativa sobre os assuntos relacionados ao amor. Outro trecho deste anúncio, escrito em fonte menor, alerta: “As coisas nunca vistas no cinema”. Tal “aviso” dá uma noção de desautorizar a leitura aos menores.

Figura 14 - Jornal Última Hora, 22 de Abril de 1959.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital. Disponível em: <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

Este sentimento de censura também era externado entre as famílias que proibiam a moça de ler as fotonovelas.

Os romances eram de acordo com a moral da época, eu não entendo a proibição de lê-los. A partir do conhecimento que você tem você sabe aonde chegar. Meus pais, como também outros pais, não tinham o hábito da leitura, então eles nem tinham o conhecimento de como era realmente esses romances [...]. As revistas ficavam guardadinhas debaixo do travesseiro. Eu falei para minha mãe que se encontrasse alguma coisa de imoral, alguma coisa que atrapalhasse minha vida ela poderia me dar outra surra. (Informação verbal)<sup>6</sup>

Penha (2017), ao fazer uma análise das modificações ocorridas com a *Grande Hotel* durante seu período de circulação, percebeu que as edições brasileiras tinham como foco a temática do amor. Isso fica perceptível considerando os próprios títulos das fotonovelas como: *Nascemos para amar* (*Grande Hotel*, 1966); *Amor e não Paixão* (*Grande Hotel*, 1965); *O homem que amo não existe* (*Grande Hotel*, 1968); *Amor e liberdade* (*Grande Hotel*, 1973).

No entanto, no anúncio *Última Hora*, Abril, 1959 (figura 14), existe uma abordagem que problematiza a felicidade e o amor, considerando determinada conduta feminina. E ainda, instaura um “clima” de suspense quando escreve que são “coisas nunca vistas no cinema”. Esse trecho retoma a origem da fotonovela, porém se impondo como um produto diferenciado. Isso

<sup>6</sup> LEITORA 5. Entrevista concedida à autora, em Novembro de 2006.

levanta a questão sobre como se constituía a representação textual e visual nas narrativas das fotonovelas, a ponto de trazê-la como sendo uma linguagem “transgressora” quando comparada ao cinema. Tal perspectiva de análise será realizada no capítulo 3 desta dissertação.

#### 1.4 AS REVISTAS DE FOTONOVELA COMO FENÔMENO DA INDÚSTRIA CULTURAL

O conceito de indústria cultural vai surgir na década de 1940, a partir das ideias de dois intelectuais alemães que fizeram parte da Escola de Frankfurt: Theodor Adorno e Marx Horkheime. Segundo Coelho (1993, p. 6), a indústria cultural, assim como os meios de comunicação de massa e a cultura de massa são conceitos que se relacionam, e eles surgem em um contexto de industrialização.

A indústria cultural, sempre a serviço da lógica capitalista, promove um tipo de conhecimento, o qual transcende o âmbito meramente operacional e causa um impacto que compromete a vida social em todos os seus aspectos, apresentando-se como forma de controle e dominação. Nesse âmbito, o processo de produção da cultura é transformado em mercadoria, eliminando da própria identidade cultural a sua potencialidade emancipatória. (BROCH; GARCIA, 2013, p. 24).

As fotonovelas são produtos da indústria cultural. Sua produção tem o intuito de ser “consumido por um grande público em diferentes mercados” (HABERT, 1974, p. 132). Isso fica evidente quando se verifica que as edições da revista *Grande Hotel* se apropriaram dos fotogramas produzidos para as revistas de fotonovela europeias. Apesar da revista apresentar uma estranheza visual, por não mostrar a visualidade das diversas culturas brasileiras (atores, cenários, localidades), as narrativas apresentavam coesão no que tange as preocupações acerca do amor e do casamento, mostrando-se como um tema universal. Porém, as narrativas e as suas representações visuais podem ser questionadas como sendo formas de orientar os comportamentos e pensamentos gerais, mesmo que a construção imagética nas fotonovelas mostre discrepâncias no campo do visível (conforme problematizado na seção 3.4).

Retornando à especificação do conteúdo das fotonovelas, de acordo com Habert (1974), podemos aproximá-los aos comunicados nos folhetins do século XVI e XIX. Quanto ao seu formato, podemos perceber a proximidade com as revistas em quadrinhos que se utilizavam de texto e ilustrações, com a narrativa escrita dentro de balões. Desempenhando um papel de “substitutivo” da literatura, as fotonovelas apresentavam um conteúdo reduzido e simplificado (HABERT, 1974, p. 93).

Para conseguir assimilar essas relações, interessa buscar a origem da história em quadrinhos. A princípio ela parece complexa e as vezes contraditória. Entre alguns autores,

selecionamos a definição apresentada por Edgard Guimarães que é quadrinista, crítico de histórias em quadrinhos e que escreveu vários artigos abordando a história dos quadrinhos. Para o autor:

Assim é História em Quadrinhos toda produção humana, ao longo de toda sua História, que tenha tentado narrar um evento através do registro de imagens, não importando se esta tentativa foi feita numa parede de caverna há milhares de anos, numa tapeçaria, ou mesmo numa única tela pintada. Não se restringe, nesta caracterização, o tipo de superfície empregado, o material usado para o registro, nem o grau de tecnologia disponível. Engloba manifestações na área da Pintura, Fotografia, principalmente a fotonovela, do Desenho de Humor como a charge, o cartum, e sob certos aspectos, a caricatura, e até algumas manifestações da Escrita, como as primeiras formas de ideografia, quando o nível de abstração era baixo e ainda não havia uma correspondência entre símbolos escritos e os sons das palavras. (GUIMARÃES, p. 199, p. 6).

Outra pesquisadora de história em quadrinhos, Zilda Augusta Anselmo (1975, p. 38) salienta:

As HQs são a um só tempo, a arte e o meio de comunicação de massa que, usando predominantemente personagens irrealis, desenvolveu uma sequência dinâmica de situações, numa narrativa rítmica em que o texto, quando esse existe, tanto pode aparecer como legenda abaixo da imagem, como em outros espaços a ele destinados ou em balões ligados por um apêndice à pessoa que fala (ou pensa). Para atingir sua finalidade básica - a rapidez da sua compreensão - as HQs lançam mão de símbolos, onomatopeias, códigos especiais e elementos pictóricos que lhes garantem uma universalidade de sentido.

Algumas dessas especificidades podem ser observadas na fotonovela. Na figura 15 temos um recorte da fotonovela *Nascemos para amar* da revista *Grande Hotel*, de abril de 1966. As imagens são em preto e branco. No primeiro quadrinho o narrador faz uma breve apresentação para o leitor com o objetivo de comunicar o contexto para que o mesmo acompanhe a narrativa.



Figura 15 - Fotonovela Nascemos para Amar Fonte: Revista Grande Hotel N. 975, 12/04/1966.

**NASCEMOS  
PARA AMAR**

Fotonovela  
de Stelio Rizzo

Fernando:  
GABRIELLA FIORAVANTI  
Luciano:  
GILL MAYERON  
Alba:  
GERMANA FRANCIOLI  
Paulo:  
MIMO BILLI  
Judite:  
GIULIANA FARNESE  
Romueldo:  
VITTORIO ANDRE'  
O policial:  
FERNANDO SARLO

Direção:  
GIOVANNI CALCOPIETRO  
Fotografia:  
MAURIZIO BONANNI  
Copyright Editora Vecchi

**AS CINCO DA TARDE, A PEQUENA CIDADE INDUSTRIAL NA QUAL SE DESENLORA A NOSSA HISTÓRIA SE REANIMA SÚBITAMENTE. É A HORA EM QUE OS OPERÁRIOS DEIXAM AS FÁBRICAS...**

Na "MANUFATURAS DAGUERRE" TRABALHAM QUASE QUE EXCLUSIVAMENTE MULHERES, DE PREFERÊNCIA JOVENS, E FERNANDA É UMA DELAS.

Fernanda, não vem conosco?

Parece que ele vem sempre buscá-la, não é?

Será que tem medo que você se perca, ou que seja raptada?

Sei lá... papai é assim, que vou fazer? Pensa que ainda sou criança!

Um carro se aproxima roncando. OUVEM-SE PEREMPTÓRIAS BUSINADAS, E AS MÔÇAS SE DESVIAM...

É Luciano, o filhinho do papai. Prepotente e mal-educado, sempre.

Sim, bonito ele é, de fato. Mas tão antipático...

Não. Meu pai disse que me vinha buscar.

Mas é bonito... na cidade não há outro igual a ele!

Hum... a raposa que não podia alcançar as uvas também falava que elas estavam verdes...

GRANDE HOTEL N.º 975 — pág. 21

Fonte: Acervo pessoal da autora

Para compreender sobre processo de elaboração das fotonovelas, devemos explicar que elas passavam por várias ações.

A construção de uma fotonovela compreende algumas etapas. No que tange às histórias produzidas na Itália ou na França (como é o caso da maior parte das fotonovelas publicadas em revistas brasileiras), o processo de produção acontece no país de origem e se parece com o processo desenvolvido para a realização de um filme. Quando as fotonovelas chegavam às editoras brasileiras, elas vinham sob a forma de um roteiro de montagem, que compreendia uma coleção de fotos e um texto, sendo indicado qual foto correspondia a qual texto. Cabia à equipe brasileira traduzir os textos, selecionar as fotos e os textos, fazendo as adaptações necessárias (algumas fotonovelas traziam duas opções de foto para a mesma cena, podendo ser mais ou menos ousada).

Entre essas adaptações, estavam presentes àquelas exigidas pela censura. Ou seja, esse processo de montagem abre margens para que uma mesma fotonovela seja publicada com diferentes enfoques, de acordo com as censuras políticas e morais de determinado país. (MIGUEL, 2014, p. 4-5).

Essas informações são valiosas porque mostram o processo de construção da representação (texto e imagem). Além disso, expõe que a fotografia é polissêmica. Neste sentido, ela é uma representação visual que pode ser apresentada sozinha ou em conjunto com um texto, ofertando a possibilidade de articular diferentes significados, de acordo com as “regras” políticas e sociais do local da produção e do consumo da revista.

Naturalmente, mesmo à vista de uma análise apenas imanente, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; ela comunica pelo menos com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) de que vai acompanhada toda foto de imprensa. A totalidade da informação é pois suportada por duas estruturas diferentes (das quais uma é linguística); essas duas estruturas são convergentes, mas como suas unidades são heterogêneas, não podem se misturar; aqui (no texto) a substância da mensagem é constituída por palavras; ali (na fotografia), por linhas, superfícies, tonalidades. Além disso, as duas estruturas da mensagem ocupam espaços reservados, contíguos, mas não "homogeneizados", como, por exemplo, num enigma figurado que funde numa só linha a leitura de palavras e figuras. (BARTHES, 2000, p. 326)

A autora Lucia Santaella (2015) comenta que é preciso tomar cuidado na leitura e interpretação de imagens. Sendo assim, é essencial buscar cada conhecimentos necessários que possam contribuir para o desenvolvimento de uma sensibilidade mais apurada para fazer as interpretações cabíveis. No entanto, devemos nos atentar para não fugir ou distorcer informações que talvez determinada imagem não possua em seu próprio interior.

Aprender a ler imagens significa assim desenvolver a observação de seus aspectos e traços constitutivos, detectar o que se produz no interior da própria imagem, sem fugir para outros pensamentos que nada têm a ver com ela. Ou seja, significa adquirir os conhecimentos correspondentes e desenvolver a sensibilidade necessária para saber como as imagens se apresentam, como indicam o que querem indicar, qual é o seu contexto de referência, como as imagens significam, como elas pensam, quais são

seus modos específicos de representar, figurar, indicar a realidade e, no limite, apresentarem-se a si mesmas libertas de quaisquer vínculos externos, uma liberdade que a música muitas vezes, a poesia, conhecem bem. (SANTAELLA, 2015, p. 17).

Saber o contexto da produção das imagens é algo importante para auxiliar em seu entendimento.

As imagens não têm sentido em si, imanentes. Elas contam apenas - já que não passam de artefatos, coisas materiais ou empíricas - com atributos físico-químicos intrínsecos. É a interação social que produz sentidos, mobilizando diferencialmente (no tempo, no espaço, nos lugares e circunstâncias sociais, nos agentes que intervêm) determinados atributos para dar existência social (sensorial) a sentidos e valores e fazê-los atuar. Daí não se pode limitar a tarefa à procura do sentido essencial de uma imagem ou de seus sentidos originais, subordinados às motivações subjetivas do autor, e assim por diante. É necessário tomar a imagem como um enunciado, que só se apreende na fala, em situação. Daí também a importância de retrazar a biografia, a carreira, a trajetória das imagens. (MENESES, 2003, p. 28).

Esse trecho auxilia no entendimento sobre as fotonovelas. A imagem não vai ser um simples complemento do texto, assim como o texto não vai ser apenas o complemento da imagem, ambos tem seu papel na construção das revistas de fotonovela, assim como das histórias românticas da fotonovela propriamente dita. Também, o texto visual e imagético se completam ou em alguns casos denunciam uma apropriação.

Ainda, é importante frisar que as fotonovelas surgiram num contexto em que o cinema ganhava destaque e muitos dos atores famosos do cinema eram os protagonistas que faziam parte dos enredos românticos das fotonovelas. Com edições quinzenais ou mesmo semanais, “as fotonovelas tiveram um mercado cativo por mais de 25 anos no Brasil, e milhões de leitores consumiram ansiosamente histórias publicadas em revistas com larga circulação nacional” (JOANILHO; JOANILHO, 2008, p. 529).

As revistas de fotonovela, assim como outras revistas femininas consideradas “populares” são caracterizadas como uma “subliteratura”, pois elas não possuem qualidades necessárias que possam ser entendidas como uma obra literária. Sendo assim, elas possuem qualidades que as caracterizam como sendo um produto de cultura de massa. Em outras palavras, a fotonovela apresenta as seguintes especificidades: “produção em larga escala, histórias repetitivas e sem qualidade literária, personagens sem profundidade psicológica, *happy-ends*, conflitos sociais reduzidos a problemas individuais etc.” (JOANILHO; JOANILHO, 2008, p. 531).

Diante desta afirmação podemos nos perguntar por que as revistas de fotonovela eram tão vendidas? Por que faziam sucesso? Ou ainda, por que possuíam um público que as consumia? Conforme mencionado, as revistas de fotonovela eram um produto de interação e

entretenimento com preço acessível. Elas aparecem como uma espécie de ferramenta para ajudar, aconselhar e até como sendo uma “amiga” de suas leitoras. Dessa forma, a revista de fotonovela pode ser compreendida como sendo um instrumento que, em cada nova edição, trazia novidades sobre o que é ser um “sujeito moderno”. Assim, o público leitor começa a ter contato com as noções transmitidas à ela do que poderia ser uma mulher “moderna” para a década de 1960 e ao mesmo tempo conhecer o conteúdo referencial para se tornar, se identificar ou se moldar nos parâmetros que definiam o que era ser uma “boa esposa” e uma “mãe exemplar”.

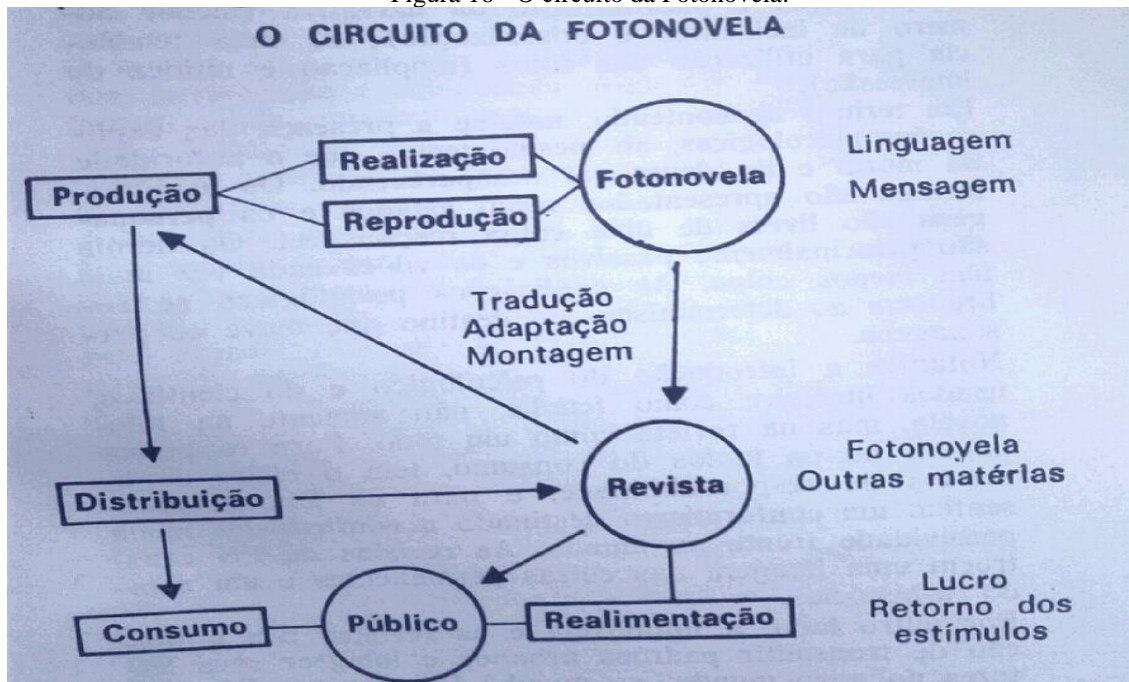
Nesta linha de pensamento, Habert (1974) comunica que as revistas estabelecem um processo de comunicação com seus leitores. Nesse viés as revistas procuram apresentar um conteúdo que vai ao encontro dos seus interesses. Para isto são realizadas pesquisas de mercado com o objetivo de saber quais são as necessidades e interesses desse público. Dessa forma, quando a revista busca se aproximar dos interesses dos consumidores, estes também acabam por se identificar com a revista e com outros leitores. Seguindo essa lógica, Habert (1974, p.49) afirma que “[...] a participação dos leitores nas revistas funciona como um grupo de fixação do indivíduo na sociedade”.

No tocante à circulação e à recepção das revistas de fotonovela podemos identificar dois grupos distintos. Habert (1974) salienta que de um lado temos um público que comprava regularmente as revistas, pois eram colecionadores assíduos deste veículo. Do outro lado, existia um público que ocasionalmente tinha contato com este impresso, em salas de espera de salões de beleza, de que seria uma forma de leitura mais rápida em menos tempo (HABERT, 1974, p. 50).

Para descrever sobre o circuito de produção, reprodução e distribuição das fotonovelas, Habert (1974) elaborou um esquema que está apresentado na figura 16.



Figura 16 - O circuito da Fotonovela.



Fonte: (HABERT, 1974, p.133)

Acerca deste circuito, Habert (1974, p. 133) explica que:

O circuito de produção, reprodução e distribuição da fotonovela apresenta uma série de mediações sob forma de padrões impostos pelas necessidades de vender melhor e alcançar maior lucratividade. A fotonovela é distribuída através das revistas, sendo, portanto, mesclada com outros elementos. Inclusive, estabelece-se uma relação entre o conteúdo mais moralista da FN e o dos outros artigos que desenvolvem mais aspectos mundanos concentram-se principalmente no mundo do consumo ligeiro. A destinação desses produtos a um público admitido como urbano, de baixa renda e baixa escolaridade, influi decisivamente para acrescentar novas especificidades à linguagem da FN [...]. O público aceita o produto e paga por ele, proporcionando lucros aos empresários. Ao mesmo tempo, responde aos estímulos lançados pelas revistas, permitindo que os empresários confirmem a imagem que têm dele.

Assim, é válido reiterar que as revistas de fotonovela, compreendidas como um produto de uma indústria cultural, buscavam desde sua produção, passando pela distribuição e consumo, alcançar a maior lucratividade possível a partir de um conteúdo que fosse ao encontro dos anseios de seu público. Para isso, a revista buscava manter o que fosse chamativo para seu público leitor, como as fotonovelas propriamente ditas, acrescentando e modificando conteúdos quando necessário, como novos produtos publicitários, por exemplo.

### 1.5 APROXIMAÇÕES DAS REVISTAS DE FOTONOVELA COM O “MUNDO DO CINEMA”

Para analisar nosso objeto de estudo temos que trazer à tona alguns aspectos da produção cinematográfica, pois a criação da fotonovela foi possível devido ao surgimento da fotografia



e do cinema. Além disso, conforme observado, a própria revista *Grande Hotel* tentava se promover comparando-a com o cinema.

A fotonovela surge em um contexto de problemas econômicos e sociais causados pelo conflito da segunda Guerra Mundial (FIGUEIREDO JÚNIOR; FARIA JUNIOR, 2018). A proximidade das revistas de fotonovela europeia com o cinema norte-americano, por exemplo, se dá por conta da influência cultural que o governo norte-americano buscou impor aos países da Europa após o término da segunda Guerra Mundial no contexto do *Plano Marshall*.

Um dos efeitos causados por essa iniciativa foi a absorção massiva das produções hollywoodianas nestes países com a criação de novos ídolos, os *olimpianos*, figuras midiáticas, que possuem uma forte influência social e são formadores de opinião para uma grande parcela da população. (FIGUEIREDO JÚNIOR; FARIA JUNIOR, 2018, p. 175).

A inserção de ídolos norte-americanos no cinema italiano não teve muito êxito por conta de que muitos cinemas italianos foram destruídos durante o conflito da Segunda Guerra Mundial. Desta forma,

A população, no geral, passou a ser alimentada do imaginário hollywoodiano por meio da leitura de revistas e jornais especializados. A partir da demanda de mercado, foram criados os chamados *cine-romances*, revistas que procuravam simular as produções cinematográficas norte-americanas ao selecionar sequências específicas de fotografias de filmes famosos do período e agrupá-las à técnica e ao estilo dos quadrinhos, principalmente, com o uso de balões e legendas. Pouco tempo depois, seguindo os ideais dos editores Rizzoli Mondadori e Cine Del Duca, houve a substituição do uso de fotogramas de filmes pela criação de histórias próprias e originais, dando origem às fotonovelas. (FIGUEIREDO JÚNIOR; FARIA JUNIOR, 2018, p. 176).

Ainda, nessa linha de pensamento que busca compreender as aproximações entre fotonovela e cinema, vale citar que “junto com a fotografia e a partir do cinema, resumos de filmes passaram a ser publicados e acompanhados por fotografias ilustrativas” (MANINI, 1992, p. 46). O produto era originário de adaptações dos romances do cinema italiano, francês e norte-americano como podemos ver, por exemplo, na fotonovela *Mata Hari*, filme norte-americano de 1931 e que foi adaptado como fotonovela e veiculado na revista *Grande Hotel*, de 1968. Outro exemplo é a fotonovela *Aconteceu em Veneza* da revista *Filmes Franceses*, de 1961. Essa fotonovela é uma adaptação do filme francês *Aconteceu em Veneza*, lançado em 1957 (Figuras 17 e 18).

Figura 17 - Capa Grande Hotel, N. 1099, 1968.



PIOL, João. Acervo João Piol: Revistas de Fotonovela. Disponível em: <<http://joaopiol.blogspot.com/>>. Acesso em 20 de Julho de 2020.

Figura 18 - Capa revista Filmes Franceses, N. 10, 1961.



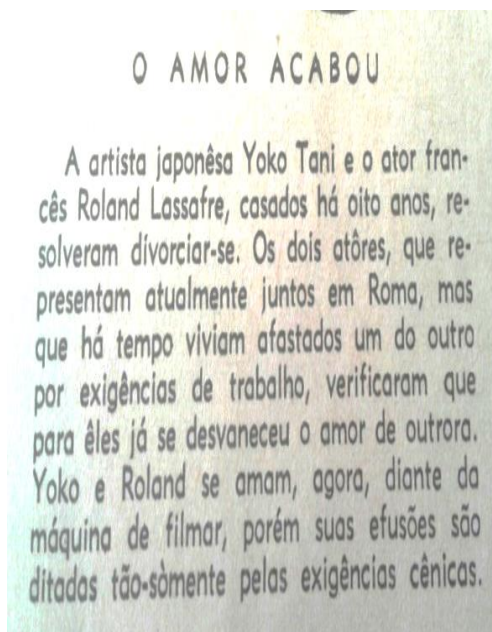
Fonte: FILMES FRANCESES FOTONOVELAS. [S.l.:s.n.], n. 10, jan. 1961. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-897708658-revista-filmes-franceses-n-10-1961-aconteceu-em-veneza-JM>. Acesso em: Acesso em 20 de Julho de 2020.

Um fator curioso neste estudo é essa apropriação das fotonovelas europeias no Brasil. Isso ocorreu porque a produção de uma fotonovela era bastante onerosa no contexto brasileiro. Por este motivo as editoras preferiam importá-las a produzi-las (PINTO, 2014). Com isso a fotonovela é ressignificada e atualizada em um circuito público que lhe é diferente de sua origem. Diante da consciência de que existe um trânsito dessas imagens em contextos diferentes de produção (Europa) e apropriação (Brasil), fica latente que o seu conjunto visual e de conteúdo

pode propiciar um sentimento de estranheza ao consumidor mais atento, mostrando-se inclusive um produto híbrido.

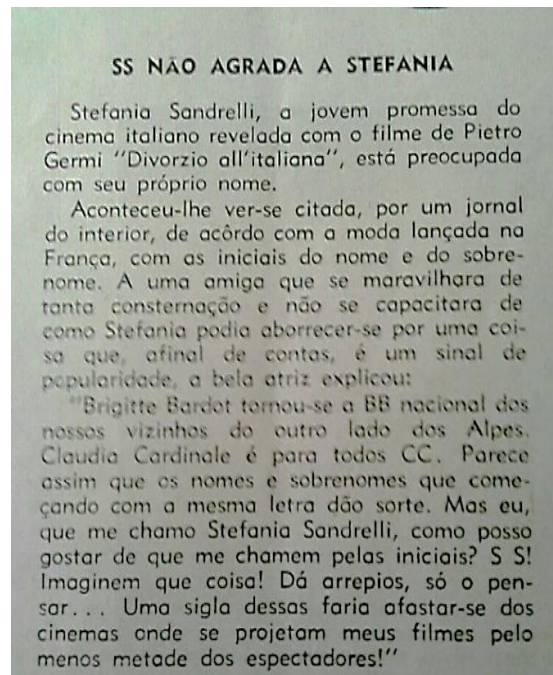
No entanto, a aproximação da cultura estrangeira pode ser notada na trajetória das publicações da revista *Grande Hotel*, que sempre trazia uma seção com informações referentes ao cinema internacional. Na *Grande Hotel*, de 1962, aparece uma seção intitulada *As coisas nunca vistas do Cinema*, que traziam notícias referentes ao cinema italiano, norte-americano, francês, japonês, e outros. Por meio dessa seção, os leitores tinham acesso sobre o que estava sendo produzido nestes países com detalhes sobre as informações das gravações e sobre as curiosidades relativas à vida dos artistas famosos. Esse tipo de abordagem tem sua importância por trazer os atores mais próximos dos leitores no sentido de observá-los como seres humanos. Dessa forma, eles podem funcionar como modelos de comportamento, beleza e consumo. Um parte disso pode ser observada nas figuras 19 e 20.

Figura 19 - Notícia sobre o cinema internacional (Divórcio de Yoko Toni e Ronad Lassafre).



Fonte: *Grande Hotel*, 1965

Figura 20 - Notícia sobre o cinema internacional (Notícia sobre a atriz Stefania Sandrelli)



Fonte: *Grande Hotel*, 1965

Tanto a *Grande Hotel* como outras revistas de fotonovela traziam para suas leitoras reportagens sobre os astros de *Hollywood*. Muitas destas reportagens faziam referência à vida pessoal dos atores *Hollywoodianos*, envolvendo casos de traição, divórcios e outras situações que poderiam ser causas de fracasso e ruína da própria carreira.

Na *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, há uma reportagem sobre a atriz Capucine. O assunto coincide com os temas da revista: comportamento feminino, sentimento, amor, casamento e traição. O título da reportagem é “*Capucine expulsada de Hollywood.*” Capucine era uma atriz francesa que se tornou famosa entre os artistas de *Hollywood*. O que chama atenção nesta reportagem é que sua carreira estaria ameaçada. Segundo a descrição da revista, seria em decorrência de sua vida sentimental, que é “um péssimo exemplo” para outras mulheres. O discurso da revista é o seguinte:

De algum tempo para cá Capucine, [...] modelo francês que está adquirindo na América do Norte um extraordinário renome, a ponto de obscurecer as mais belas e mais interessantes artistas de Hollywood, vem sendo apontada a dedo com ostensivo desprezo por milhões de honestas donas de casa. Segundo estas senhoras a vida sentimental da esplendida atriz seria um péssimo exemplo para as mulheres do mundo em geral e para as jovens dos estados unidos em particular.

Segundo informações da própria revista, a atriz teria sido o motivo do divórcio do ator William Holden, sendo que seu casamento era considerado modelo para época. Para piorar, depois deste episódio, o comentário era que a atriz teria um envolvimento amoroso com o ator Yul Brynner. Para algumas moralistas da época, que teriam alertado a esposa de Brynner, Capucine, ela era vista como a “destruidora de lares”: “[...] Yul, não deixe que Capucine o enfeitice! Sua esposa, Ginny, não merece semelhante afronta; tal como não merecia a esposa de Holden. Evite que esta sereia francesa destrua um segundo lar!” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 9). Esse “pseudo” diálogo é importante para trazer à tona o perfil da revista e de seus consumidores. Sobretudo, mostra que por meio da revista existe uma construção de laços sentimentais entre eles. Obviamente, a aproximação de histórias reais com as tramas das fotonovelas fortalecia uma simbiose entre o real e irreal, criando um imaginário próprio à cada leitora.

Outro caso também relacionado ao casamento e especificamente à questão de traição e separação envolvendo outros atores famosos da época, aparece na revista *Grande Hotel*, de abril de 1965. Uma nota diz o seguinte: “A mulher da qual Liz Taylor roubou o marido empenhou-se inteiramente numa competição para prevalecer sobre a rival”. Provavelmente permanecerá jovem mais tempo do que ela e tem interpretado brilhantemente personagens que jamais poderão caber a “Cleópatra” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 7).

Várias outras edições da *Grande Hotel* trouxeram em suas páginas relações com o mundo cinematográfico. Com isso, podemos notar que desde sua criação a revista passou

durante seus anos de circulação mantendo uma associação com as informações do mundo do cinema. Tal percepção é verificada nas imagens nas fotonovelas.

Essa afinidade com o cinema trouxe para as leitoras das fotonovelas uma relação de admiração, afeto e idolatria pelos intérpretes estrangeiros que, na maioria das vezes, eram de procedência italiana. Elas elegiam seus favoritos. Figuras como Sandro Moretti, Paola Pitti, Franco Dani, Franco Gasparri, Germano Longo, todos estes italianos, fizeram parte do imaginário de muitas mocinhas durante os anos 1950, 1960 e 1970 (PINTO, 2014, p. 4).

Com a finalização deste capítulo podemos conhecer um pouco sobre o cenário editorial brasileiro que está ligado à vinda da corte portuguesa ao Brasil até a criação das revistas de fotonovela que se deu em fins da década de 1940 e tratamos algumas características de nossa fonte principal: a revista de fotonovela *Grande Hotel*. Também, apresentamos as revistas de fotonovela como um produto de uma indústria cultural que buscava alcançar a maior lucratividade possível a partir de um conteúdo que fosse ao encontro dos anseios de seu público leitor. Ainda, refletimos sobre as revistas de fotonovela e sua aproximação com o mundo do cinema. No capítulo seguinte, veremos algumas mudanças e permanências que ocorreram na década de 1960 com relação aos padrões e modelos comportamentais relacionados às atitudes sobre amor, casamento, mulher moderna etc. Para isto, analisaremos algumas seções, colunas, charges e testes da revista *Grande Hotel*, que davam dicas e instruções para se casar e manter um casamento feliz.

## **CAPÍTULO 2 - MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS CULTURAIS NA DÉCADA DE 1960 E OS ACONSELHAMENTOS PARA SE CASAR E MANTER O CASAMENTO FELIZ**

Neste capítulo, veremos um pouco sobre o contexto sociocultural da década de 1960. Refletiremos sobre a cultura e sobre o papel dos movimentos de contracultura. Também refletiremos sobre a importância do casamento e da instituição familiar, considerando que o desquite vai ser a única possibilidade de separação até o ano de 1977, quando será sancionada a lei que permitirá o divórcio no Brasil.

Inicialmente faremos uma análise dos conteúdos dos testes como “Você quer ser feliz no casamento?” e “Você está apaixonada?”; destacaremos algumas das seções de aconselhamento, dos espaços onde as jovens leitoras mandavam suas dúvidas, questionamentos, anseios e aspirações na esperança de que a revista solucionasse ou ao menos amenizasse seus dramas e conflitos amorosos e familiares. E ainda, apresentaremos alguns conselhos de etiqueta que tratam por exemplo de “boas maneiras na relação entre moças e rapazes”. Assim, nosso objetivo está em investigar parte de um imaginário social acerca dos papéis sociais desempenhados nas relações homem-mulher, considerando o conteúdo apresentado pelas revistas e o contexto da contracultura.

### **2.1 A CULTURA E A CONTRACULTURA**

É pertinente tecermos algumas considerações sobre os fatos importantes que estavam ocorrendo ao longo da década de 1960, pois é um período em que as revistas de fotonovela tiveram grande repercussão no cenário editorial brasileiro e com destaque para a *Grande Hotel*. De modo geral, neste momento estavam ocorrendo várias transformações culturais, políticas e sociais no Brasil e as leitoras dessas revistas estavam inseridas neste contexto de modificações em que os valores, morais, religiosos e sociais estavam se alterando. Novos modos de pensar sobre determinados padrões comportamentais estavam sendo modificados e as revistas também procuravam demonstrar para a sociedade que estas transformações aconteciam no país.

Não é equivocado considerar que os anos 60 tenham representado, não somente no Brasil, mas também em outras plagas, um período distinto, onde havia muito em que se pensar: a Guerra no Vietnã, à altura das saias, a pílula anticoncepcional, a chegada do homem à lua, as ditaduras na América Latina e, especialmente entre nós, brasileiros, o Golpe Militar de 64 [...]. (BENCHIMOL; UMBACH; VARGAS, 2014).

Essas mudanças expressavam-se através das diferentes formas culturais, na música, teatro, cinema e revistas.

Para a geração dos anos 60, era preciso mais do que estudar, trabalhar, namorar; era preciso viver a política, que se refletia em todas as instâncias sociais, incluindo as universidades, as empresas, a cultura de maneira geral. A contestação à forma como a vida em sociedade se afigurava veio por intermédio do teatro, da literatura, da música. E esse não foi um fenômeno brasileiro, exclusivamente. A juventude do mundo inteiro cantava os mesmos refrãos, usando outras palavras, em idiomas diferentes. O estado de felicidade permanente sonhado por esses jovens era cantado por Bob Dylan, Beatles, Jimi Hendrix, mas também por Geraldo Vandré e Chico Buarque. O cinema não esteve apartado desse espírito intrépido e inovador, tendo Glauber Rocha como idealizador do Cinema Novo<sup>7</sup> vanguarda da produção cultural brasileira e defensor da máxima “ideia na cabeça e uma câmera na mão”. (BENCHIMOL; UMBACH; VARGAS, 2014, p. 82).

A repercussão do movimento feminista, a revolução sexual foram fatores importantes para se pensar sobre os papéis sociais que homens e mulheres desempenavam neste período.

A explosão do feminismo, considerado um dos movimentos mais importantes do século XX, embalado pelo “caos” revolucionário do momento, foi outro marco importante no calor dos anos 60. As mulheres deixaram seus papéis de coadjuvantes para assumirem seus lugares no elenco principal. Entretanto, essa luta não foi fácil. O atraso da mulher em relação ao homem, enquanto cidadã está comprovado nos relatos históricos. O direito ao voto, para exemplificar, foi uma luta que teve início em 1865, quando um grupo de mulheres se reuniu, em Manchester, para lutar por esse direito, tardiamente conquistado em 1925. No Brasil, as mulheres votaram pela primeira vez somente em 1933. A pílula anticoncepcional, marco compulsório da revolução sexual, lançada no mercado em 1960, serviu de apoio ao espírito libertário feminino. (BENCHIMOL; UMBACH; VARGAS, 2014, p. 83)

Ainda sobre o movimento feminista em seu aspecto sociocultural Carpenedo; Koller (2004, p. 1) explicam que “o Movimento Feminista, década de 60, vem denunciar a persistência da desigualdade e questionar os papéis de mãe, educadora e esposa, buscando nova visão de mulher, participativa na vida familiar, social e do trabalho”.

Aproximando estas informações às nossas fontes, podemos notar que essas modificações, que estavam ocorrendo na década de 1960, com ideias de uma maior liberdade de pensamento e comportamento para o sexo feminino, influenciadas pelos movimentos feministas, não irão se alterar com certa facilidade. “A moral sexual que vigora durante todo o período 1945-1964 cobra a virtude sexual da mulher solteira (simbolizada pela virgindade e pela pureza/ignorância sexual)” (BASSANEZI, 1996, p. 132).

---

<sup>7</sup> “O cinema Novo foi o responsável por uma gigantesca ruptura com o estilo cinematográfico existente na década de 1960 no Brasil. Tendo como slogan a frase celebre de Glauber Rocha: Uma ideia na cabeça uma câmera na mão, esse novo ideal do cinema veio romper com o estilo cinematográfico preexistente no Brasil que apresentava-se mais como uma cópia do cinema norte-americano (cinema comercial). A proposta dos pioneiros do revolucionário movimento era a de criar um cinema voltado para a crítica social, distanciando-se do ideal de cinema apenas comercial”. (JÚNIOR, 2015, p. 110-111).

Neste contexto, a moral social e religiosa ainda valoriza a pureza feminina e tudo que se relacionasse a sexualidade, aos olhos da Igreja, era considerado pecado (DEL PRIORE, 2005). Isso fica perceptível na revista de Fotonovela *Capricho*, de abril de 1966, quando uma leitora escreve para uma seção da revista, que esclarecia dúvidas de seu público leitor sobre namoro, casamento, comportamentos, perguntando se desejar outra pessoa seria pecado. Neste caso a resposta foi negativa, desde que o desejo estivesse ligado ao amor e fossem respeitados os princípios morais, sociais e religiosos vigentes na época.

[...] Quanto ao desejo[...] ele faz parte do amor. É um meio de que a natureza lança mão para a perpetuação da espécie. Se não houvesse desejo, se o amor fosse puramente platônico, para que se casar-se? Ficaria cada um em sua casa, entretendo-se com palestras agradáveis, sem necessidade de vida em comum, dos filhos, etc. Entretanto, entendamo-nos: é preciso respeitar os princípios morais, sociais e religiosos, minha amiga, e esperar pelo dia do casamento. Está bem? (CAPRICHIO, 1966, p. 14).

No questionamento que foi enviado para a revista não aparece a palavra casamento. Entretanto, na resposta direcionada à leitora remete a menção ao casamento, que serve como uma justificativa para a indagação da leitora. Os princípios morais, sociais e religiosos deveriam ser respeitados. Nas fotonovelas expressões como “pura”, “ingênua” aparecem nas narrativas como características fundamentais para o sexo feminino e os personagens masculinos consideram tais atributos na hora de escolher sua futura esposa. Vejamos dois fragmentos da fotonovela *Amor não paixão*, da revista *Grande Hotel*, de 1965.

[...] É a minha Lilian. Meiga, boa, ingênua... não me deu sequer um beijo. Estou certo de que o desejava tanto quanto eu, a gente sente essas coisas... mas é tão recatada e ingênua que eu não insisti. Mas a outra, Katty, é uma desequilibrada, uma amoral. Se Lilian é a sadia das duas, você teve sorte em não cair nas garras de Katty (GRANDE HOTEL, 1965, p. 37).

- O que está querendo dizer?

- Que é corrupta e impura, enquanto Lílian é límpida e pura. É uma devoradora de homens. Messalina devia ser como ela! Estou certo de que é a assassina de Peter Morgan. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 38).

Estes fragmentos exemplificam quais seriam as características que uma jovem deveria ter para realizar seu sonho de se casar. Nas fotonovelas a diferença entre a “mulher certa” para casar e aquela que seria para “passar o tempo” é bem explícita. Sobre isso, Bassanezi (1996, p. 66) argumenta:

Entre outras coisas, “é perigoso” para a fama de uma moça de família (ou aquela que serve para constituir “A família” ser vista sozinha ou com um homem em local



“suspeito” ou situação que sugira intimidade e ser vista em companhia de vários homens diferentes (ou, como se diz na época, pulando de galho em galho).

Mesmo com as transformações que estavam ocorrendo na década de 1960 “é bom não esquecer que os adultos dos anos 60 foram educados por pais extremamente conservadores” (DEL PRIORE, 2005, p. 302). Isto nos leva a crer que, como na década de 1960, a família tem um papel importante e certamente ainda influenciavam nas decisões de seus filhos.

No entanto, neste contexto ocorria um movimento que teve seu auge em 1960 nos Estados Unidos e que foi conhecido como *Beat generation*. Mas, quem eram os denominados “beats”? “[...] os beats faziam parte de uma geração que, a princípio, atuava entre os estudantes e as minorias da sociedade, que lutava contra a Guerra do Vietnã e ansiava por direitos estudantis e maior liberdade individual no dia - a dia” (CREMONESE, 2018, p. 20). Os participantes deste movimento “tentaram criar novas formas de literatura e novas formas de viver no interior de uma sociedade conservadora e moralista” (CREMONESE, 2018, p. 18). Cremonese explica:

Os jovens desse movimento estavam interessados em mesclar literatura e vida, usando suas experiências cotidianas para escreverem livros carregados de aventuras, sexo, drogas e heroísmo. Esse grupo de amigos apresentava formas de escrita diferentes umas das outras, mas contribuía com as produções de livros entre si, tanto no momento da escrita como na vida cotidiana, servindo como exemplo para a construção de personagens que logo se tornariam a inspiração de outras gerações. O interior desse movimento era permeado pela amizade entre os escritores e as relações românticas entre si e com outras pessoas. (CREMONESE, 2018, p. 31-32).

Cremonese (2018) comenta que o movimento também tinha o intuito de desconstruir uma imagem passada nos filmes e livros de uma sociedade estadunidense “homogênea, satisfeita e conformada com suas vidas, por serem desde então, modelo econômico e cultural para os demais países” (CREMONESE, 2018, p. 18). Essas informações são pertinentes para nosso estudo, porque vamos verificar que mesmo que tal movimento trouxesse ideais de liberdade e de transformação, é perceptível que padrões de comportamento ainda vão ser mantidos e veiculados na *Grande Hotel*.

Embalados pelo contagiante ritmo do Jazz e do Rock`n`roll, os jovens começavam a se libertar de tantas regras e dos velhos padrões de conduta aos quais estavam submetidos. No entanto, apesar de escreverem e falarem sobre essa ruptura, alguns velhos padrões de comportamento seriam mantidos e por eles reafirmados, como as relações entre homens e mulheres. (CREMONESE, 2018, p. 29).

Sendo que a nossa pesquisa aborda a temática do casamento, torna-se pertinente perguntar: Qual o papel das mulheres nesse movimento? Quais os anseios femininos relacionados aos ideais do movimento? Gazola (2017, p. 8) observa que:

Apesar de seu discurso voltado para a liberdade de expressão, os reflexos da sociedade tradicional e opressora em que viviam estavam presentes nas suas comunidades, pois as mulheres que escolhiam percorrer a estrada com os homens Beat se deparavam com os mesmos papéis sociais desempenhados por elas na sociedade tradicional.

Ainda, nessa perspectiva podemos questionar: O que podemos pontuar sobre as chamadas *mulheres Beat* relacionado ao universo do campo literário?

As mulheres escolheram participar do movimento Beat por se identificarem com os ideais desse movimento, contudo, esperava-se que elas ficassem nas comunidades cuidando dos afazeres domésticos. Contrariando essas expectativas, as mulheres Beat começaram a escrever textos que criticavam essa sociedade e narravam como era ser mulher, mãe, esposa e escritora em uma geração marcada por produções literárias masculinas. As escritoras da segunda onda da Geração Beat optaram por narrar suas histórias por meio de memórias, pois esse gênero mescla ficção e não-ficção. (GAZOLA, 2017, p. 8).

Esse tipo de atitude veio ao encontro da revolução sexual impulsionada pelo surgimento da pílula anticoncepcional, marcando os modos de pensar e agir no mundo ocidental entre as décadas de 1960 e 1970. Isso colaborou para a modificação de padrões de comportamento sexual, desafiando e contribuindo para a quebra de códigos tradicionais. Com relação à revolução sexual Del Priore (2005, p. 302) escreve:

Entre as décadas de 1960 e 1970 eclode o fruto tão lentamente amadurecido: a chamada “revolução sexual”. Nessa história, novo ato se abre com o desembarque da pílula anticoncepcional no Brasil. Livres da sífilis e ainda longe da AIDS, os jovens podiam experimentar de tudo. O rock`and`roll, feito sobre e para adolescentes, introduzia a agenda dos tempos: férias, escola, carros, velocidade, e o mais importante, amor! A batida pesada, a sonoridade e as letras indicavam a rebeldia diante dos valores e da autoridade do mundo adulto. [...] A moral sexual flexibilizava-se e casais não casados eram cada vez mais aceitos, já podendo circular socialmente. [...] Ficava longe o tempo em que os maridos davam ordens às esposas como se fossem seus proprietários. Um marido violento não era mais o dono de ninguém, apenas um homem bruto.

Essas considerações são valiosas para compreendermos que as leitoras das revistas de fotonovela estavam inseridas num cenário de mudanças, mas ao mesmo tempo permanências, já que precisamos lembrar que essa geração é de filhos de pais que tiveram uma educação conservadora (DEL PRIORE, 2005, p. 302).

Hohlfeldt (1999) entende que a principal característica da década de 1960 é a contradição. Segundo o autor, a contradição:

Se expressa através das variadas e múltiplas posições em todos os campos da atividade política, econômica e cultural. Daí a perspectiva de oposição entre diferentes princípios e ideologias, que acaba se expressando numa tensão constante [...] Em 21 de abril de 1960 inaugura-se Brasília, a nova capital brasileira. O slogan de Juscelino Kubitschek era significativo: 50 anos em cinco. O desenvolvimento afirmava-se no Brasil a partir daquele desafio concretizado. Logo, em 1964, contudo, a nação sofria

um golpe de estado. O interregno destes quatro anos ilustra a sociedade, as contradições e as tensões vividas pela nação. (HOHLFEIDT, 1999, p. 39).

Neste contexto, o papel da mulher sofreu algumas mudanças. Por exemplo, a mulher passou a buscar novas oportunidades no mercado de trabalho. Entretanto, primeiramente ela não poderia descuidar do lar e da família. Azambuja (2006) comenta que as mudanças estavam ocorrendo, os padrões de comportamento estavam se modificando, mas isso era um processo que se deu paulatinamente

Foi a partir da década de 60 que muitos dos padrões de comportamento comuns, nas décadas anteriores começaram a se modificar e efetivamente a serem percebidos na sociedade. A mulher da década de 60 mostrava-se mais informada, politizada e moderna, pois ela estava trabalhando fora de casa disputando seu espaço no mercado. Contudo, é preciso deixar claro que os valores da sociedade diante da mulher não se modificaram, ou seja, a mulher ainda estava ligada ao lar, filhos e marido. Isso também pode ser claramente percebido nas propagandas das revistas feminina, pois os anunciantes direcionavam a esse público produtos de limpeza do lar, máquina de lavar roupa, panelas. É evidente que a mulher da década de 60 assumia outro papel, o da trabalhadora assalariada, mas que não se desvinculava do papel de dona de casa /mãe, visto que os valores básicos da sociedade modificaram-se muito lentamente. (AZAMBUJA, 2006, p. 87).

Neste aspecto é interessante observar que a legislação brasileira foi importante para as modificações do papel feminino na década de 1960. Em 1962 é criado o Estatuto da Mulher Casada<sup>8</sup>, deferindo que a mulher não precisava mais da autorização do esposo para trabalhar fora.

A partir de então a mulher casada pôde exercer sua profissão sem a autorização do marido, sendo consequência disso o aumento do seu poder, pelo efeito econômico. O instituto dos bens reservados, como discutido neste trabalho, veio assegurar à mulher esse incremento de poder econômico. Ao se instruir e conseguir um trabalho lucrativo, torna-se independente financeiramente do marido, a igualdade de direitos civis passou a consagrar a liberdade da mulher casada na chefia da sociedade conjugal passou ao crivo oficial, em certos estratos sociais, de verdadeira chefe daquela célula mãe da sociedade. As unidades domésticas gerenciadas somente por mulheres, posteriormente foram legitimadas como familiares quando a Constituição Federal de 1988 definiu família monoparental. Essas conquistas foram possíveis porque o Estatuto da Mulher Casada, de 1962, serviu de base. (GAZELE, 2005, p. 111).

A possibilidade de maior participação da mulher no mercado de trabalho trouxe a realidade da emancipação, e assim as mulheres começaram a ter mais voz em suas decisões afetivas (REIS; FREITAS, 2016). Del Priore (2005, p. 290) argumenta que “a escolha do cônjuge já era então assunto dos enamorados. Mas só em tese, pois na prática a influência

---

<sup>8</sup> “A lei n. 4.121, de 27 de agosto de 1962, conhecida por Estatuto da Mulher Casada, teve seu alcance nacional, isto é, atingiu todo território brasileiro. O exame dessa legislação foi feita de modo inédito, isto é, não só investigando a origem do anteprojeto, a tramitação no Congresso Nacional e finalmente a sua conversão em lei. A investigação foi além do tecnicismo do processo legislativo. Como visto, foi levantada durante a pesquisa parte da história das mulheres daqueles tempos. Não obstante, críticas foram feitas quanto ao descaso dos parlamentares em relação aos projetos que, reunidos, deram luz ao Estatuto da Mulher casada”. (GAZELE, 2005, p. 126).

familiar e do círculo de amigos era fortíssima. Acreditava-se que dificilmente um casamento realizado contra a família desse certo”.

Esta temática pode ser observada na seção de aconselhamento denominada “O coração pergunta” da revista *Capricho*, de Abril de 1966. Determinada leitora questiona:

- Amo um rapaz e ele também me ama, mas meus pais fazem oposição. Tenho outro fã, meus pais acham-no gentil e respeitoso, mas não o tolero. Tenho 15 anos [...]. (- Capucine Solitária de Curitiba). (CAPRICHOS, 1966, p. 25).

Vejamos qual foi o direcionamento da conselheira da seção para a dúvida da jovem leitora:

- Daí pode-se concluir que seus pais não proibem de namorar, mas sim de namorar determinado rapaz. Ora, esse rapaz deve então ter defeitos graves que você não vê, mas eles sim. Confie em seus pais, Capucine, em sua afeição por você e no muito que se interessam pela sua felicidade. Esqueça esse rapaz. Combinado? (CAPRICHOS, 1966, p. 25).

Outra leitora na mesma seção também pergunta:

- Gosto um pouco de um môço, mas meus pais acham que não devo namorá-lo, pois ele não tem uma boa profissão... (Sonhadora Triste em busca de conselho). (CAPRICHOS, 1966, p. 25).

A resposta da revista é a seguinte:

- Se seus pais não concordam e você gosta “um pouco”, para que insistir nesse namôro? É melhor seguir o conselho de seus pais. (CAPRICHOS, 1966, p. 25).

Não podemos afirmar ao certo se todas as orientações eram seguidas à risca pelas leitoras, entretanto, o que fica perceptível é que segundo o discurso elaborado pela revista, a opinião dos pais deveria ser respeitada, pois apontava que estes sabiam o que era melhor para o futuro de seus filhos, conformando uma postura conservadora.

O social e o familiar impunham o que era conveniente e o que não era principalmente às moças, sendo que estas não questionavam exteriormente e aceitavam naturalmente o que era aconselhado pelos pais. O papel da família é muito importante nesse período, sendo a proteção e uma base de formação para as jovens que futuramente constituiriam suas próprias instituições familiares.

Perrot (1991, p. 187) define a família como “um ser moral, [...] que se diz, se pensa, e se representa como um todo. Percorrem-na fluxos que conservam sua unidade: o sangue, o dinheiro, os sentimentos, os segredos, a memória”.

Dentro desse contexto, notamos que a revista *Grande Hotel* defende certos comportamentos e que deveriam ser seguidos. Uma das formas para intentar a preservação de determinados comportamentos era dirigir os conselhos para que os mesmos fossem obedecidos como processos naturais, principalmente relacionados às relações homem-mulher. Percebemos que através do direcionamento das revistas, as leitoras eram educadas e aconselhadas a portar-se de determinadas formas, conter certos impulsos e desejos. Assim, as revistas muitas vezes acabavam mantendo e legitimando as relações de poder existentes, “atuando ao lado de instituições educacionais, religiosas [...] familiares. Desse modo, seu discurso é também influenciado por essas instituições” (BASSANEZI, 1996, p. 15).

## 2.2 DO CASAMENTO PARA O DESQUITE E O DIVÓRCIO

Para compreender as abordagens sobre o casamento e a união familiar, vale citar outro questionamento apresentado na seção da revista *Capricho*, de Abril de 1966. O trecho nos chamou atenção pelo fato da leitora apresentar uma insatisfação com a condição de sua família, quando analisada sob o aspecto do “casamento normal”. Segundo a leitora, “meu problema é minha família. Meus pais são desquitados, vivendo a vida como querem. Não sou uma garôta com esperanças de um casamento normal...” – Cláudia (CAPRICHOS, Abril de 1966, p. 25)

Vejamos o posicionamento da revista sobre seu desabafo:

É lamentável, minha querida, o que a formação de sua família fez de você: uma jovem sem esperanças, sem ilusões, sem confiança no mundo e no futuro. Mas você encontrou o amor, um amor à moda antiga, que poderá trazer o casamento normal à moda antiga, que poderá trazer o casamento normal que você não espera, e o lar, os filhos, em que não acredita mais. Não gostei de sua idéia de seus planos. Por que não esperar confiante? Por que não noivar simplesmente como todas as môças de sua idade? Cada um de nós constrói seu futuro, Cláudia. Construa o seu com bases sólidas, honestas, indestrutíveis. É o que você merece. E, mais tarde, gostará muito mais de ter feito isso, ter erguido a cabeça acima da lama que a cerca. [...]. (CAPRICHOS, Abril de 1966, p. 25).

Esse assunto pode ser compreendido como sendo um tabu para época. Bassanezi (1996) nos lembra de que o divórcio somente vai fazer parte da legislação brasileira em 1977<sup>9</sup>. Isto significa que até então, somente o desquite era a forma legal de separação. Isso significa que

---

<sup>9</sup> “Até 1977, o casamento era indissolúvel no Brasil, mantendo a legislação brasileira de então os resquícios coloniais das Ordenações do reino, as quais, impregnadas pelo Direito canônico, consideravam o casamento um sacramento, sem a possibilidade de dissolução [...]. Com a Emenda Constitucional 9, de 1977, de autoria do senador Nelson Carneiro, foi finalmente instituído o divórcio [...] A lei 6. 515/77 acrescentou o divórcio entre as causas pelas quais se dissolvem a sociedade conjugal e o casamento (artigo 2º), substituindo o desquite pela separação judicial (artigos 41 a 48)”. (DELGADO, 2017, p. 1) Fonte: disponível em <http://www.conjur.com.br>

não existia a possibilidade de contrair um novo casamento pelas leis brasileiras. Bassanezi ainda afirma que na década de 1960, a sociedade brasileira ainda está apegada a valores tradicionais. Puga (2007, p. 165) complementa essa ideia ao afirmar que “falar em desquite ou em divórcio significava, portanto, romper laços familiares e sociais”. Carpedo; Koller (2004, p. 3) frisam que neste período “as mulheres desquitadas sofriam preconceito da sociedade e a conduta moral das mulheres separadas estava constantemente sob vigilância”.

Quando se ouvia falar de separações ou desquites envolvendo artistas famosos, sendo estes norte-americanos, italianos, ou de outra nacionalidade, as revistas não emitiam opiniões, somente divulgavam essas notícias (BASSANEZI, 1996). Sendo assim, se torna plausível que na revista *Grande Hotel*, o desquite não era visto com “bons olhos” pela conselheira da revista. Isso pode ser observado em outra revista. Segundo Bassanezi (1996), o *Jornal das moças* argumenta contra a decisão do casal em desquitar-se, pois justificavam que a separação seria a causadora de males para a família.

A separação é duramente reprovada pelas revistas que procuram, inclusive, negá-la como solução e desfecho para maus casamentos. Por outro lado, estas mesmas revistas recorrem constantemente ao *fantasma assustador* da separação como uma ameaça que ajuda a manter firme o ideal de “boa esposa”. (BASSANEZI, 1996, p. 417).

Os males que a separação causa aos filhos são o principal argumento de *Jornal das Moças* contra a legalização do divórcio (BASSANEZI, 1996). O divórcio chega a ser comparado à instituição da pena de morte. “Ambos não são remédios para os ‘males sociais’, pois não correspondem às necessidades da sociedade, não curam, não servem de exemplo e viciam, sendo que o divórcio é ainda um veneno maior para a estabilidade social” (BASSANEZI, 1996, p. 415).

Considerando que grande parte das revistas de fotonovela era de origem italiana é pertinente termos em mente algumas informações referentes às questões morais e ao divórcio na sociedade deste país durante a década de 1960:

[...] a situação os comportamentos e as práticas eram extremamente conservadoras e o debate sobre diversos temas ainda era bem restrito, sendo em geral assuntos socialmente proibidos. Um exemplo contundente foi a questão do divórcio, inexistente na Itália daquele período, sem dúvida a Igreja Católica exercia enorme ingerência nesse campo, obstando e se opondo às tentativas de debates progressistas sobre o tema, uma vez nos preceitos católicos o casamento era uma instituição indissolúvel. Foi necessário algum tempo para que fossem apresentados projetos de lei que regulamentassem o divórcio, mas seria só em 1970 que uma lei entraria em vigor

[...] Além da inexistência do divórcio, não era possível um homem casado reconhecer um filho fora do casamento. Desse modo, existiram inúmeras gerações de filhos ilegítimos, em cujas certidões de nascimento, se lia, em lugar do nome do pai, as letras N.N (da expressão em latim *nomen nescio*, ou seja, nome desconhecido). Essas

crianças carregaram esse aviltante estigma por um longo tempo, sendo discriminados e insultados, comumente chamados de bastardos. (AUGUSTO, 2014, p. 70).

Essa discussão sobre não poder contrair um novo matrimônio vai ser o tema central do filme *Divórcio à italiana*. O filme dirigido por Pietro Germi é uma comédia que conta a história do barão Ferdinando Cefalu que, infeliz em seu casamento de 12 anos com Rosalia, acaba se apaixonando pela prima Ângela. Entretanto, como o divórcio não fazia parte da legislação italiana na década de 1960, o barão começa a imaginar formas de tirar a vida de sua esposa. Nesse período uma das características do gênero cinematográfico italiano chamado *commedia all italiana* seria uma “representação crítica da sociedade italiana dos anos 1960 [...] diz respeito à uma correspondência existente com a realidade cotidiana dos italianos (AUGUSTO, 2014, p. 83).

A experiência histórica em torno do casamento pode ser analisada por outras narrativas visuais e textuais presentes nas revistas de fotonovela. Desta forma, a seção seguinte busca comunicar suas representações e abordagens considerando as publicações de colunas, charges e testes.

### 2.3 AS COLUNAS, AS CHARGES E OS TESTES COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO ENTRE A REVISTA E O PÚBLICO LEITOR

Considerando que um casamento feliz seria um dos anseios de seu público leitor, a revista *Grande Hotel*, de Janeiro de 1968, traz o teste “Você quer ser feliz no casamento?”. O objetivo era chamar a atenção para o questionamento de que se a companheira ou companheiro escolhido seria ideal para ter um casamento feliz. Vejamos o que o teste dizia:

Você está certo (a) de ter encontrado para a vida inteira o companheiro ou a companheira ideal para poder ser feliz no casamento?  
 Esta é a pergunta que há séculos atormenta os corações juvenis. Mas a psiquiatria moderna vem a seu auxílio.  
 Um americano, o Dr. Clifford R. Adams, deu-se o trabalho de guiar e aconselhar os noivos antes que eles tomem uma decisão definitiva. De todos os cantos dos Estados Unidos da América do Norte, os jovens casais vão consultá-lo. Há anos que ele vem seguindo seu destino, cuidando dos casos, fazendo estatísticas e confirmando as suas conclusões. Cada vez mais a sua autoridade é lei. (GRANDE HOTEL. 1968, p. 20).

Para termos uma melhor percepção sobre este teste segue algumas das perguntas publicadas na edição da *Grande Hotel*, de Março de 1968.

Você é sociável e gosta de sair?  
 Você gosta de seu trabalho?  
 É esse o seu primeiro casamento e você tem de 20 a 40 anos?  
 Receberam uma educação tradicional?

Seus pais formam um casal feliz? (GRANDE HOTEL, 1968, p. 20).

No final do teste a revista argumenta que isso seria uma prova de compatibilidade e participar do teste seria de fundamental importância, já que na “na percentagem das brigas no casamento, a incompatibilidade é a causa frequente dos desquites e dos divórcios” (GRANDE HOTEL, 1968, p. 21).

Considerando que contrair um casamento era um anseio a ser realizado por muitas jovens leitoras de fotonovela da década de 1960, a *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, traz um artigo com o título *Conquiste-o sem enganá-lo*. Este artigo se dirigia principalmente às leitoras solteiras que buscavam a consolidação de um casamento. Entretanto, segundo o autor do artigo, Alberto Comi, as leitoras casadas também tinham o dever de fazer a leitura de seu artigo para saber como manter seu casamento. É interessante mencionar que o autor afirma para a leitora que os conselhos a serem seguidos partem de um pleno conhecimento de causa e que isso garantiria o sucesso de terem o homem que desejassem. No entanto, o significado do verbo ter, é colocado no sentido de “conseguir casar-se com ele”, excluindo a interpretação de posse e de domínio.

Entendamos bem: não digo “ter” no sentido de “ludibriar” um homem, isto é, não se trata de empregar pequenos ou grandes truques para induzir um homem a contrair casamento, para que depois dêste êle ceda a todos os caprichos da espôsa.

O que prometo a mim mesmo, honestamente, é ajudá-la a viver melhor, as serem mais felizes no casamento, a proporcionar ao marido e aos filhos toda felicidade que eles têm de esperar de vocês. (GRANDE HOTEL, 1960, p. 56).

Segundo o artigo, a maior parte dos homens teria certo medo de vínculos matrimoniais. Diante desse “empecilho”, a revista buscava apontar o que as jovens leitoras deveriam fazer para “derrubar” essa barreira e com isso conquistar o coração de seu pretendente. Sobre isso o autor do artigo, Alberto Comi, escreve:

Ora, não se trata por certo de pôr a “corda no pescoço” e sim de fazer-se amar.

Para isto existem numerosos meios, mas o principal continua sendo o de “ser feminina”. Explico-me melhor:

Diante de um homem que lhe agrada e ao qual você agrada, só existe um comportamento, o natural. Demonstre a sua íntima natureza de mulher que deseja ser amada, que se sente capaz de amar, e que mostra que a mais forte inclinação de sua vida é o amor. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 57).

Essa fala de Comi nos remete a pensarmos sobre os romances das fotonovelas. Em sua temática, que é do casamento, vai aparecer o casamento entrelaçado ao conceito do amor. Mas, que tipo de amor seria esse? Primeiro podemos indicar que esse amor está relacionado, inclusive, a uma construção social/sentimental. Por exemplo, o amor está inculcado nas



características que as mulheres deveriam ter ou procurar desenvolver para conseguir o tão sonhado esposo, pois se entende que assim ele poderia amá-la.

Segundo Comi, que é um homem conselheiro das leitoras, a mulher deveria ser feminina. Segundo ele, para que a mulher tivesse este tipo de qualidade, ela não precisava ter as características físicas e um corpo parecido com as artistas dos filmes ou até mesmo das fotonovelas. Todavia, a feminilidade era um fator primordial na conquista de seu pretendente. Mas, o que significava ser feminina na visão dele? Vejamos um fragmento de sua postura:

Mas o que significa ser feminina?

Antes de tudo, você deve estar segura do seu fascínio e do poder que tem sobre o homem a sua feminilidade. Não se trata de ser mais bonita, nem de fazer desesperadas tentativas de sedução, mostrando-se por demais provocante.

Não será certamente com o biquini, creia-me, que poderá ajudar-se a conquistar o homem de sua vida. Deve pensar antes que alguma coisa de sua personalidade, até mesmo alguma coisa que você ignora, pode ter impressionado o homem que lhe agrada. Continue sendo, portanto, você mesma. [...] Porque a estima, e não a presunção, que você experimenta por si mesma, você se conservará calma e feliz, descontraída, jovial diante do homem que te atrai. Esta segurança, esta calma, esta serenidade a tornarão inevitavelmente mais bonita, muito embora suas feições ou seu corpo não correspondam exatamente aos cânones de beleza de uma artista de cinema e lhe darão uma força interior, uma segurança à qual nenhum homem poderá ficar insensível, porque se o que há de malicioso numa mulher pode atrair um homem “à flor da pele”, só podem prendê-lo e conservá-lo as qualidades reais da mulher, tôdas aquelas que êle atribui ao ideal feminino que tem na mente desde os anos da adolescência. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 57).

Deste trecho podemos notar que o aspecto físico da mulher é colocado em segundo plano, a personalidade alegre e a forma de se comportar aparecem como requisitos fundamentais para o sucesso da mulher para chamar a atenção de seu futuro esposo. A serenidade parece ser a solução.

Seguindo a leitura, encontramos no final deste artigo alguns dos motivos pelos quais o homem se casava, junto com alguns dos papéis atribuídos às mulheres no casamento.

Não esqueça que o homem casa não apenas para se tornar o verdadeiro amigo da mulher que êle deseja, mas porque julga encontrar na mulher a indicada companheira que o apoiará, se fôr necessário, nos momentos difíceis da vida, e, sobretudo, a mulher da qual nascerá sua descendência. É preciso, portanto, que ela seja forte, que lhe ofereça a segurança sentimental e moral, sentimentos que êle procura desde quando deixou para trás a infância. Isto porque, mesmo ao lado de uma criatura muito jovem, êle procura sempre algo de materno. Não oponha resistência, portanto, a esse instinto de ternura tão feminino, que é justamente o materno. Creia-me: no dia em que o homem que lhe agrada descansar a cabeça em seu ombro, suspirar e murmurar “sinto-me tão bem”, nesse dia você estará infinitamente mais próxima do momento em que o ouvirá dizer: “Amo-a para toda vida, quer ser minha esposa?”

Estará mais próxima também do matrimônio, nesse momento, do que depois do mais apaixonado dos beijos. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 57).

Interessante observar neste trecho que a maternidade aparece associada ao casamento. A jovem que almejava casar deveria também estar pronta para o papel de mãe.

Em outra edição da revista *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, aparece uma seção intitulada *Etiquêta* que propõe “boas maneiras na relação entre môças e rapazes”.

Figura 21 - Boas maneiras na relação entre môças e rapazes (revista *Grande Hotel*, 1965)



Fonte: Revista *Grande Hotel*, 1201/1965, n. 910, p. 10.

Essa seção da revista se soma ao artigo anterior, trazendo informações sobre a feminilidade. Em resumo, a revista defende que a mulher poderia não possuir uma beleza física excepcional, mas a feminilidade e o requinte despertariam atenção de seu pretendente. No entanto, essa perspectiva esteve atrelada à mulher maternal e/ou submissa. Somado a isso, a questão do vestuário também é algo a ser pensado, segundo as dicas da revista. A mulher deveria optar por um vestido elegante. Tal proposta era acompanhada pela diagramação que mostra um desenho de um casal de jovens bem vestidos (figura 21), sendo que a mulher está usando um vestido rodado com os cabelos presos e arrumados e o homem está vestindo um terno e usando sapato social. Interessante notar que esse imaginário é complementado com as propagandas da revista.

Ainda sobre a figura 21, apesar de não ser uma reprodução fotográfica, evidenciando o tipo de tecido, cor ou outros detalhes visíveis na roupa, a criação do desenho se impõe quando

se observa o conjunto da obra. Isto é, por meio dos traços arredondados, o autor busca referências femininas e luxuosas para compor esse ambiente. Apesar da composição não ser uma representação de uma cena verossímil (como observado nas fotonovelas), a sua constituição, que é formada por uma janela, um espelho, um gradil e uma poltrona, não deixa de denotar uma cena de luxo.

Interessante frisar que mesmo não sendo uma fotografia, o desenho dessa seção mostra a coesão dessa revista. Como a revista *Grande Hotel* trazia nesse período inspirações de moda europeia, os penteados ganham destaque seguindo alguns padrões europeus. Na revista *Grande Hotel*, de Fevereiro de 1962, na seção “Penteados”, aparecem duas sugestões: a primeira refere-se ao penteado: “Jackie Look”. Esse novo estilo que leva o nome de seu criador foi pensado para homenagear a primeira dama dos Estados Unidos na época, Jacqueline Kennedy.

O novo estilo de penteado, criado pelos cabeleiros da Europa denomina-se “Jackie Look” é a sensação do momento. Foi criado em homenagem à primeira dama dos Estados Unidos, a simpática Jacqueline Kennedy. O que caracteriza este penteado são os cabelos curtos, ligeiramente ondeados, testa descoberta, isto, não significando que o cabelo seja penteado afastado do rosto. Há, porém, um ligeiro movimento para a frente que logo se afasta, formando uma leve e graciosa onda nos cantos da testa, emoldurando-a. A linha da nuca é curta, terminando em belíssimo movimento lateral. Para execução do penteado da moda, torna-se necessária uma permanente suave que assegure as formas e a desejada durabilidade. (GRANDE HOTEL, 1962, p. 19).

O segundo penteado sugerido seria uma criação do famoso cabeleiro parisiense *Luc Traineau*:

Atualmente mais que nunca, as mulheres frequentam os institutos de beleza para tingir os cabelos e tratá-los. Todavia, em relação aos penteados, nota-se uma mudança: tornou-se hábito agora abandonar os bucles demarcados para ostentar – como mandam todas as linhas recentemente lançadas. Penteados com movimentos audaciosos que são mantidos por uma leve ondulação permanente, e que por serem executados em cabelos curtos, possibilitam um sem número de variações. Para um coquetel ou uma cerimônia mais formal, é agora o penteado o centro de toda atenção, o chapéu ou enfeite apenas o complementa, como nos mostra esta criação do famoso cabeleiro parisiense Luc Traineau. (GRANDE HOTEL, 1962, p. 19).

Ainda nesta seção denominada “*Etiquêta*”, outra curiosidade foi observada. Desta vez com relação à educação. Essa seção era voltada aos aconselhamentos, mas no texto abaixo existe uma preocupação por parte da revista em orientar a mulher para que ela se demonstrasse menos culta do que o homem. Conforme verificado existe a defesa da superioridade masculina.

- Se lhe convidaram para sair à noite, faça realçar todo o seu encanto de mulher com um vestido elegante, maquilagem bem feita, perfume discreto e insinuante. Não envergue uma calça masculina e nem vá para rua com um cigarro nos lábios, querendo com isso parecer moderna. Dificilmente um homem se apaixonaria por uma mulher cuja primeira impressão que lhe deu foi a de um concorrente. (GRANDE HOTEL, 1201/1965, p. 10).

Tal opinião, apresentada em 1965, pode ser tratada por outras palavras. Caso a mulher tivesse requisitos que fizesse com que o homem se sentisse inferior, o homem poderia entender que a mulher seria seu concorrente, ferindo seu “orgulho masculino”.

Os homens da nossa época, embora a maioria diga que não, ainda são admiradores da ingenuidade e do romantismo. Mesmo que você seja uma erudita em todos os assuntos ou uma descrente do romance e do amor, não deixe que seu acompanhante perceba. Ele se sentiria ferido no seu orgulho masculino desde o momento que passasse a entender que é menos culto que você e fugiria da sua companhia temendo parecer um tolo. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 10).

Este posicionamento da revista vai de encontro com a geração *Beat*. No entanto, esse entendimento se mostra na história da humanidade quando vários discursos defendem a desigualdade hierárquica entre o masculino e o feminino como algo natural. Essa discriminação permaneceu, mesmo com o as mudanças sociais. Critérios disciplinadores e moralistas foram atribuídos a educação das mulheres. Gaspari (2005 p. 29) comenta que na maioria das vezes aos homens é atribuída a condição de donos do saber e à mulher a condição que se restringe aos papéis referentes ao lar. Desse modo, elas acabaram sendo representadas como um ser inferior e, ainda, sendo orientadas a uma prática de subordinação ideológica ao poder masculino.

A mulher educada jamais utilizaria um tom de voz alto, se estivesse envolvida em uma discussão. Segundo a revista *Grande Hotel*, falar alto era entendido como uma mulher que possuía o intuito de chamar atenção.

- O primeiro Juízo que se faz de uma pessoa que está falando em voz alta é que ela assim procede com o propósito bastante evidente de chamar atenção. Isso produz um péssimo efeito e tira toda a graça, até da mais linda mulher. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 10).

-A mulher educada e elegante jamais discute em voz alta com quem quer que seja. Por mais irritada que esteja demonstra sua classe sabendo controlar-se. (GRANDE HOTEL, 1965, p. 10).

Essas afirmações se somam à construção social de uma mulher elegante e que pode ser amada. Sendo-a amável, é amada, ela possivelmente será uma pessoa casada. Esse é o tom da revista.

Outra situação em que reforça a superioridade do homem em relação à mulher vai aparecer na seção “*VAMOS RIR JUNTOS*” da *Grande Hotel*, de Abril de 1966. Nessa edição identificamos um quadrinho que reforça um estereótipo que perdurou por muito tempo. Isto é, a compreensão de que a mulher não seria uma boa motorista.



Figura 22 - Seção Vamos Rir Juntos



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N.º 975, 1201/1966, p. 74.

Nos desenhos que compõem a figura 22 um dos personagens comenta: “*Minha mulher deve ter saído com o carro...*”. Junto à essa expressão verbal, nota-se várias marcas de pneu que estaria representando que a esposa não possuía senso de direção.

Esses aspectos comportamentais, essa ironia com relação ao papel da mulher, também podem ser notado nas fotonovelas? O cuidado com a beleza, o tom de voz, a busca pela superação profissional, entre outros aspectos nos modos de vida da mulher são apresentados no enredo? Teria a mulher a possibilidade de separar-se e casar-se novamente? Teria a mulher um senso de direção em seu amor ou em seu futuro casamento? De modo específico, na fotonovela podemos observar os mesmos comentários, propostas e defesas apresentadas até então nessa investigação? Ademais, a imagem (fotogramas da fotonovela) completa ou reforça a linha de pensamento da revista *Grande Hotel*? As moças das fotonovelas são audaciosas, destemidas, luxuosas, comportadas, sonhadoras quando o tema é o amor e o casamento?

Essas questões interessam para compreender sobre as representações sociais do casamento na revista *Grande Hotel* na década de 1960, trazendo à tona a construção da representação visual para dialogar com o perfil da revista que foi apresentado com as leituras das seções de aconselhamentos, *charge*, colunas, testes, entre outras. Sendo assim, no capítulo seguinte analisaremos as narrativas românticas representadas na fotonovela da revista *Grande Hotel*. As fotonovelas valorizavam as imagens e sua narrativa (visual e textual). Isso nos levou a pensar sobre como se apresenta a relação entre as mulheres leitoras e os romances, assim como ocorre a relação da construção sobre o casamento, considerando imagem e texto .

### **CAPÍTULO 3 - A REVISTA GRANDE HOTEL E OS ROMANCES DAS FOTONOVELAS**

Os capítulos anteriores mostraram que as revistas femininas e as revistas de fotonovelas tiveram grande repercussão na década de 1960 e que o tema casamento era abordado com frequência. Para tanto, a revista *Grande Hotel* explorou vários métodos para atingir o seu público leitor. Utilizou-se de colunas, testes, charges, anúncios publicitários que reforçavam a importância da família, do casamento e da definição de papéis sociais, segundo os gêneros masculino e feminino. Além destes atrativos há um conteúdo que é o centro das atenções na revista *Grande Hotel*: a fotonovela. Esta seção pode ser considerada a “queridinha” do público leitor desta revista.

Neste capítulo o foco está centrado na problematização da representação cultural do casamento nos romances das fotonovelas. Como a fotonovela conta com elementos textuais e visuais, também veremos como ocorrem possíveis congruências e dissonâncias entre imagem e texto. Desta forma, na primeira seção nos deteremos a discutir brevemente sobre a utilização das imagens como fonte histórica e os cuidados que devemos ter quanto à sua utilização. Na segunda seção abordaremos o texto no romance, trazendo à tona o conteúdo da narrativa e a percepção do consumidor/leitor. Na terceira seção dedicamos o estudo sobre a representação do casamento como consolidação do amor eterno, buscando elementos que indicam tal defesa. A última seção é dedicada à análise das dissonâncias entre imagem e texto nas fotonovelas.

#### **3.1 O DESVENDAMENTO DAS IMAGENS E SUA FUNÇÃO COMO FONTE DE PESQUISA HISTÓRICA**

A apresentação da fotonovela como documento histórico, salientando a sua composição imagética, está integrada à explicação de Meneses (2003, p. 19).

Recentemente, muitos historiadores têm-se preocupado com examinar as relações entre sua disciplina e as imagens. Muitos apontam a importância das fontes visuais a partir dos anos 1960, e mesmo antes, fundamentando-se na ampliação da noção já agora consolidada de documento, em História e, portanto, na abertura de novos horizontes documentais.

Portanto, a fotografia passa a ter um novo papel, ela não é mais entendida como algo ilustrativo, mas como uma forma de documento que precisa ser lida, compreendida e interpretada.

A fotografia deixou de ser compreendida como ilustração e passou a ser tratada como um texto visual que deve ser lido. Sendo assim, acaba por incluir-se em um processo de construção de sentido. Por isso, a proposta de clareamento da caixa preta, comunicada



por Flusser, tem grande valor. Todo o pesquisador deve ser crítico com relação às “armadilhas” da automaticidade das imagens técnicas e entender a fotografia como uma mídia socialmente construída. (CAMERA, 2013, p. 52).

Assim sua especificidade técnica trouxe elementos visuais que contribuíram para que primeiramente a sociedade passasse a usá-la e entendê-la como sendo uma representação ponto a ponto da “realidade”. Entretanto,

Os aparelhos são máquinas de registros que não apenas fixam, num suporte reprodutor, aquilo que os olhos veem e os ouvidos escutam, mas também amplificam a capacidade humana de ouvir e ver, instaurando novos prismas e perspectivas que, sem os aparelhos, o mundo não teria. Enfim, enquanto as máquinas musculares produzem objetos, os aparelhos produzem e reproduzem signos: imagens e sons. (SANTAELLA, 1997, p. 37).

Então, quando Buitoni (1990, p. 19) escreve sobre a percepção da relação imagem/texto, temos que seguir com certa cautela. Segundo Buitoni:

Imagem/texto: essa, a dupla intimamente ligada dentro da revista, com mais atração ainda se for feminina. A imagem vira texto, com séries de fotos construindo verdadeiras “frases visuais”; e o texto vira imagem quando recorre a figuras de estilo que nos fazem visualizar a pessoa ou a cena, ou sugerem emoções e sentimentos. O texto imagético, a imagem textual: um casamento que deu muito certo nas revistas, principalmente femininas.

Nesta perspectiva, a leitura deve ser atenta e pode ser realizada considerando os estudos de Flusser (2009, p. 9), quando adverte sobre a necessidade de “desvendar” as imagens.

Imagens têm o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, interpõem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas de imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas.

De fato, este trecho auxilia para problematizarmos a produção de sentido. Em outras palavras, precisamos indicar que a imagem na fotonovela proporciona uma aproximação com o leitor de modo que a cena seja convincente para com uma “realidade”. No entanto, o produtor e o leitor sabem que a cena foi construída e pertence a uma narrativa fictícia. Neste sentido, as fotografias tem papel fundamental na construção das narrativas colaborando para que elas sejam a tradução de um significado proposital e assim direcionando a melhor percepção do texto por seus leitores.

As fotografias que compõem a construção das narrativas das fotonovelas são de fundamental importância para ajudar o leitor a ter uma melhor percepção das histórias representadas. Assim, a partir da fotografia, por exemplo, o leitor tem a possibilidade de pressupor o estado emocional, as condições sociais, as reações dos personagens. Além disso, por meio de seus conhecimentos, as leitoras interpretam as pistas deixadas pelos próprios personagens por meio de suas falas, pensamentos, além das

informações transmitidas por pequenas intervenções do narrador que mantém um diálogo direto com o leitor, sendo, muitas vezes, seu papel de grande importância por sua onisciência e onipresença. (CANDIDO, 2010, p. 32).

Essa observação interessa porque mostra a relação da representação “ponto a ponto” com a realidade. Na prática, a fotonovela é feita por fotogramas, que são registros de um recorte de um espaço que resulta em uma cena. A encenação, apesar de ser um ato construído, traz elementos visuais próprios da fotografia, conferindo um “conforto” ao leitor no que tange a percepção do visível. Isso colabora para que o leitor perceba a cena como sendo uma expressão do “real”.

Trazendo essas observações junto aos pensamentos de Flusser (2009), interessa pontuar que mesmo sendo perceptível a produção encenada nas fotonovelas, existe uma intencionalidade nessas representações visuais que podem se apresentar como “naturais”. A proposta de desnaturalizar essas produções vai ao encontro das observações de Mauad (1996, p. 10):

Historicamente, a fotografia compõe, juntamente com outros tipos de texto de caráter verbal e não-verbal, a textualidade de uma determinada época. Tal ideia implica a noção de intertextualidade para a compreensão ampla das maneiras de ser e agir de um determinado contexto histórico: à medida que os textos históricos não são autônomos, necessitam de outros para sua interpretação. Da mesma forma, a fotografia - para ser utilizada como fonte histórica, ultrapassando seu mero aspecto ilustrativo - deve compor uma série extensa e homogênea no sentido de dar conta das semelhanças e diferenças próprias ao conjunto de imagens que se escolheu analisar.

Neste sentido, esta pesquisa traz as imagens usadas na construção das narrativas de fotonovelas como sendo uma fonte de estudo e como sendo um documento de uma produção cultural e de expressão de costumes sociais. Mauad (2016, p. 40) também explica que “toda arte é histórica, portanto, toda imagem possui uma historicidade fundamentada em uma prática cultural e social; assim como o conceito de cultura visual compreende a visualidade como fenômeno social”. E ainda, é interessante destacar que neste processo de análise das imagens “ao historiador, a fotografia lança vários desafios, escolheu-se um deles: chegar àquilo que não foi revelado pelo olhar fotográfico”. (MAUAD, 2005, p. 137).

Também é válido ressaltar que quando estudamos as fotografias estas contêm alguns elementos que precisam ser considerados durante o processo de análise das mesmas.

Na qualidade de texto, que pressupõe competências para sua produção e leitura, a fotografia deve ser concebida como uma mensagem que se organiza a partir de dois segmentos: expressão e conteúdo. O primeiro envolve escolhas técnicas e estéticas, tais como enquadramento, iluminação, definição da imagem, contraste, cor etc. Já o segundo é determinado pelo conjunto de pessoas, objetos, lugares e vivências que compõem a fotografia. Ambos os segmentos se correspondem no processo contínuo

de produção de sentido na fotografia, sendo possível separá-los para fins de análise, mas compreendê-los somente como um todo integrado. (MAUAD, 1996, p. 10).

Quando analisamos a expressão e o conteúdo das fotografias na fotonovela abrimos possibilidades para indagar sobre a sua construção/elaboração, assim como direcionar questionamentos a respeito da representação visual, considerando os costumes e comportamentos sociais e a sua relação com o imaginário social.

A utilização das imagens como fonte de pesquisa para o historiador é uma possibilidade de aprender a desenvolver uma maior sensibilidade histórica sobre seu objeto de pesquisa. As imagens contêm mensagens intrínsecas que necessitam ser interpretadas e se conseguirmos decifrá-las e interpretá-las, torna-se possível problematizá-las considerando críticas à tradicional concepção de ser a cópia fiel do real.

A partir disso, podemos nos questionar com relação à construção da imagem. Em especial, a elaboração dos fotogramas feitos para as fotonovelas. Para tanto, interessa trazer algumas considerações relacionados ao conteúdo e à expressão. Mauad (1996, p. 12) ao falar sobre a relação entre o plano do conteúdo e o plano da expressão diz que:

Enquanto o primeiro leva em consideração a relação dos elementos da fotografia com o contexto no qual se insere, remetendo-se ao corte temático e temporal feitos, o segundo pressupõe a compressão das opções técnicas e estéticas, as quais, por sua vez, envolvem um aprendizado historicamente determinado que, como toda a pedagogia, é pleno de sentido social.

Patricia Camera (2013, p. 54) explica que nos primórdios do fazer fotográfico existia a necessidade do sujeito permanecer por horas e depois minutos para que o retrato não saísse borrado. Neste trecho, a pesquisadora busca relacionar a fotografia à construção social da tecnologia. Adiante ela explica:

o retrato fotográfico sofreu, desde o início, convenções sociais (estética, técnica e de uso) que o estabeleceram como uma representação “fiel” do referente. Isso se tornou possível pelo fato de o retratado subordinar-se à câmera. Em tais condições, é perceptível a verificação do ritual frente à magia do aparelho, um dos pontos abordados por Flusser (2002).

No caso específico da fotonovela é mais perceptível a noção da fotografia como sendo uma imagem resultante de um simulacro. Para desenvolver essa discussão optamos por trazer alguns significados encontrados no dicionário de Língua Portuguesa (HOUAISS, 2004, p. 682):

1. representação artificial da realidade
2. falso aspecto, aparência enganosa
3. cópia malfeita ou grosseira [...]
4. espectro, sombra, fantasma

No campo da comunicação, sociologia, história, filosofia e artes, o conceito de simulacro é frequentemente referendado junto aos estudos desenvolvidos por Jean Baudrillard. Em seu livro *Simulacros e Simulação* (1981), o pesquisador discute sobre a questão dos simulacros e da simulação que fazem parte da sociedade contemporânea. O autor faz uma crítica a sociedade capitalista recente e às mídias que constantemente buscam representar uma realidade que não existe. Segundo ele, a realidade que vivemos seria uma construção e que a utilização das imagens e dos signos tem papel fundamental na sociedade consumista atual.

Sobre a imagem como simulacro Baudrillard (1981, p. 13) vai dizer:

- Seriam estas as fases sucessivas da imagem:
- ela é o reflexo de uma realidade profunda
  - ela máscara e deforma uma realidade profunda
  - ela não tem relação com qualquer realidade
  - ela é seu próprio simulacro puro.

Relacionando essas observações com a fotonovela podemos elencar as seguintes observações: as fotonovelas acabam por utilizar de elementos “mágicos” que não tem preocupação com a realidade para atrair o público leitor. Por exemplo, o amor vai solucionar todos os problemas e neste contexto a mocinha da fotonovela é representada visualmente como “perfeita”, sem defeitos, sendo que as tramas todas terminam com um final feliz. Isto é, não condiz com a realidade imperfeita em que o ser humano vive e esse mundo ilusório aparece muitas vezes como uma possibilidade de “fuga” para o público leitor da fotonovela, que passa a imaginar que seus problemas e seus dilemas possam se resolver também “em um passe de mágica”. Nessa sintonia a fotografia da bela jovem e todo o cenário contribuem para compor essas percepções e sentimentos.

Ainda, segundo a análise de Baudrillard, a sociedade contemporânea impõe cada vez mais uma substituição do real por signos e imagens e a preocupação está em que essa forma de simulacro faça com que o real já não tenha mais espaço para se produzir.

[...] Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo processo real pelo seu duplo operatório, máquina sinal ética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curta-circuita todas as peripécias. O real nunca mais terá oportunidade de se produzir tal é a função vital do modelo num sistema de morte, ou antes de ressurreição antecipada que não deixa já qualquer hipótese ao próprio acontecimento da morte. Hiper-real, doravante ao abrigo do imaginário não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças. (BAUDRILLARD, 1981, p. 10).

Essa utilização desenfreada das imagens se torna um problema. Essa observação vai ao encontro das ideias de Flusser (2009, p. 9) quando afirma que “trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem esquece do motivo pelo qual imagens são

produzidas: servem de instrumentos para orientá-lo no mundo.” Contudo, tal função é exercida quando a leitura é feita de forma crítica.

Ainda, sendo as imagens representações visuais, então interessa comunicar que a palavra representação é um termo complexo e tem vários significados. O termo é de origem latina vem do vocábulo “representare” que significa “tornar presente ou apresentar de novo” (SANTOS, 2011, p. 28). O seu conceito tem sido utilizado por historiadores brasileiros que partilham dos discursos elaborados em torno do campo da História Cultural, utilizando-se por exemplo do pensamento de Roger Chartier, que faz reflexões relacionadas à ideia de representações sociais (SANTOS, 2011). Sendo assim, a partir do pensamento de Chartier (1990, p. 17) entendemos que:

As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupos que as forjam. [...] As percepções do social não são de forma alguns discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor autoridade à custa de outros, por ela menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos as suas escolas e condutas.

Tal percepção pode ser aplicada aos estudos com as fotonovelas. Assim podemos apresentá-las como sendo uma espécie de “manual de comportamento”, principalmente, voltado ao público leitor feminino, sendo que as revistas “envolviam a leitora com discursos sobre a missão da mulher; uma mulher que fosse o protótipo de mãe, esposa e dona de casa exemplares, perfeitas e felizes como definia a ideologia da época”. (GASPARI, 2005, p. 117).

Buscando perceber a relação das representações sociais com o imaginário social, é relevante comunicar que o imaginário pode ser entendido como “um sistema de ideias e imagens de representação coletiva que os homens, em todas as épocas, construíram para si, dando sentido ao mundo [...] O imaginário engloba mitos, valores, representações, que podem produzir consensos ou desavenças” (PESAVENTO, 1995, p. 43). Na fotonovela podemos pontuar quais são as características que constituem o imaginário entorno deste produto cultural. Os valores comunicados na revista são da mulher como a responsável pela educação dos filhos, pelo cuidado com as tarefas do lar e ainda cuidar e dar atenção ao esposo; para o homem fica o papel de provedor do lar e da família.

Segundo Pesavento (1995, p. 25), o imaginário pode ser entendido também como uma “representação, simulação, sentido e significado, jogo de espelhos onde o ‘verdadeiro’ e o aparente se mesclam”.

Considerando que as revistas de fotonovela eram lidas principalmente por um público feminino, podemos pontuar que estamos falando de um imaginário que está associado a uma

coletividade, ou seja, a uma memória coletiva feminina. No entanto, ela também está presente em diferentes segmentos ou esferas que se relacionam: o produtor de revista de fotonovela (predominantemente de gênero masculino), o consumidor (prioritariamente formado por mulheres de diferentes idades e classes sociais) e a sociedade (trazendo o contexto coletivo sobre os costumes).

Outros direcionamentos para levantar questões sobre o uso de imagens, considerando-as como documentos históricos, são apresentados por Meneses. O autor faz uma crítica com relação à utilização das imagens no campo da história como meras ilustrações sem pensar na visualidade destas. Nesse sentido Meneses (2003, p. 20-21) coloca:

Com efeito, a História continua a privilegiar ainda hoje, a despeito da ocorrência de casos em contrário, a função da imagem com a qual ela penetrou suas fronteiras no final do século atrasado. É o uso como ilustração. Certamente, de início, a ilustração agia com direção fortemente ideológica, mas não é menos considerável seu peso negativo, quando o papel que ela desempenha é o de mera confirmação muda de conhecimento produzido a partir de outras fontes ou, o que é pior, de simples indução estética em reforço ao texto, ambientando afetivamente aquilo que de fato contaria

Desta forma Meneses apresenta “macroestratégicas” para que por exemplo o historiador que trabalha com imagens possa investigar e estudar a sobre a visualidade destas fontes, assim:

- a) o visual, que engloba a iconosfera e os sistemas de comunicação visual, os ambientes Visuais, a produção/circulação/consumo/ação dos recursos e produtos visuais, as Instituições visuais etc.;
- b) o visível, que diz respeito à esfera do poder e dos sistemas de controle, à ditadura do olho, ao ver/ser visto e ao dar-se/não-se-dar a ver, aos objetos de observação e às prescrições Sociais e culturais de ostentação e invisibilidade etc.;
- c) a visão, os instrumentos e técnicas de observação, os papéis do observador, os modos e Modalidades do “olhar”. (MENESES, 2003, p. 30-31)

Meneses, ainda reitera que é necessário considerar que na passagem do visível para o visual, acontece uma integração entre três modalidades de tratamento: o documento visual como registro produzido pelo observador; o documento visual como registro ou parte do observável, na sociedade observada; e, finalmente, a interação entre observador e observado (MENESES 2003, p. 17).

### 3.2 PERCEPÇÕES DAS LEITORAS SOBRE OS SONHOS, FANTASIAS E IDEALIZAÇÕES NOS ROMANCES DAS FOTONOVELAS

A “simples palavra romance”, segundo Bournef (1976, p. 5), “evoca uma realidade carregada de conotações agradáveis”. Para o autor,

[...] A leitura dos romances liberta-nos e, portanto, revela-nos, no sentido de que dá forma aos nossos medos e aos nossos desejos. [...]. O romance, portanto, simultaneamente cria o isolamento e permite superá-lo; o leitor pode viver as vidas possíveis que lhe recusam a sua condição social, à época, as suas insuficiências pessoais ou o acaso (BOURNEUF, 1976, p. 5).

Ao longo do estudo sobre os romances das fotonovelas encontramos um cenário de aspirações e sonhos que devem ser conhecidos e analisados. Neste sentido, buscamos problematizá-los não como elementos naturais, mas como construções que devem ser percebidas como um processo histórico, tratando como construções de papéis, de sentimentos, que se modificam em função do tempo em que se situam. Sobre a origem da palavra romance,

Etimologicamente, a palavra "romance" deriva da expressão latina *romanice loqui*, "falar românico", ou seja, falar num dos vários dialetos europeus que se formaram a partir da língua da antiga Roma, em oposição ao *latine loqui*, que era a língua culta da Idade Média (→ Medievalismo), falada e escrita apenas por clérigos e nobres. E porque nesses dialetos populares contavam-se histórias de amor e de aventuras cavaleirescas, transmitidas oralmente, a palavra "romance" passou a indicar uma longa narrativa sentimental, forma cultural que viveu à margem da literatura oficial durante a época medieval e renascentista. Também no mundo greco-romano aconteceu o mesmo fenômeno: paralelamente aos gêneros literários considerados "clássicos", porque modelares e ensinados nas escolas (tragédia, comédia, épica, lírica, historiografia, oratória), havia outras formas de cultura que circulavam entre a grande massa do povo. Tratava-se de narrativas mais transmitidas oralmente do que escritas, visto que a maioria era analfabeta. Pelos textos que chegaram até nós podemos detectar duas vertentes da ficção em prosa: a narrativa "idealizante" do romance grego e a narrativa "satírica" do romance latino. A primeira é composta de longas histórias de amor e de aventuras, centradas sobre um casal de namorados que, após superarem incríveis obstáculos, com a ajuda divina, chegam a realizar seu sonho de amor. De cunho profundamente sentimental, tais histórias, como as novelas da televisão da época atual, cultivavam o desejo utópico do triunfo do amor, da verdade, da justiça. (DONOFRIO, 2011, p. 306).

Ao entrar em contato com esse mundo fictício, o leitor do romance se relaciona com aquilo que para ele seria talvez impossível em decorrência, por exemplo, do espaço em que se encontra ou de sua condição social. Nesse sentido podemos utilizar das palavras de Bourneuf (1976, p. 5) ao dizer que:

[...] A leitura dos romances liberta-nos e, portanto, revela-nos, no sentido de que dá forma aos nossos medos e aos nossos desejos [...]. O romance, portanto, simultaneamente cria o isolamento e permite superá-lo; o leitor pode viver as vidas possíveis que lhe recusam à sua condição social, à época, as suas insuficiências pessoais, ou o acaso.

Considerando que a fotonovela é uma forma de narrativa ficcional, é válido colocar que, segundo Aguiar (1997, p. 148), "ler ficção, por conseguinte, não é entrar num mundo mágico irreal e alienado, mas captar a realidade mais intangível, aquela sedimentada no imaginário a partir das ingerências do cotidiano da história individual e social". Ainda segundo Aguiar



(1997), a leitura ficcional pode proporcionar uma identificação do leitor com a representação lida, obtendo assim, um prazer, ou então, a leitura pode romper com aquela que seria a expectativa do leitor, causando questionamentos e diálogos.

Isso fica perceptível na fala de uma leitora dos romances de fotonovela *Grande Hotel*. Ao recordar um romance, afirmou discordar da situação representada na fotonovela:

Era um casal, ele era um escritor, um moço pobre e ela uma moça que pelo amor fugiu de casa. Eles foram se encontrar num sótão. Como ele era um escritor pobre. Eles tinham somente o sótão para ficar. [...] Como o cenário era europeu e o inverno estava rigoroso, eles ficaram vários dias no sótão, então começou a faltar lenha [...]. Num dia de muito frio ele queimou as folhas do romance que ele estava escrevendo, que estava quase no final. [...] Eu não me recordo o final da fotonovela, mas este trecho eu me recordo até hoje. Num ímpeto ele não pensou muito, pegou aquele romance inacabado que poderia ser talvez futuramente um meio de eles conseguirem um recurso para sobreviver e ele pegou e jogou as folhas manuscritas na lareira para acender o fogo, para aquecer a amada que estava com frio. Eu me lembro de que eu fiquei indignada, eu disse: “mas como que ele vai jogar um romance, não pode”. Está certo que ele tinha um grande amor por ela, mas não deveria ter feito aquilo, ele estava jogando uma obra de arte, uma coisa que ele tivesse conseguido com um grande esforço. (Informação verbal)<sup>10</sup>.

A partir da fala da leitora fica nítida a importância que a leitura das fotonovelas causava em seu público. Neste caso, é perceptível que os romances de fotonovela possibilitam o leitor a apropriar-se da situação, causando-lhe satisfação ou inconformismo com a leitura. Este exemplo mostra como a leitora ficou “indignada” com a atitude do personagem do romance.

Interessante notar que a leitura do romance de fotonovela traz elementos sensíveis que aproximam o leitor da revista. Somado a isso, este produto cultural apresenta uma comunicação mais individualizada nas colunas, o que possibilita consolidar a sua credibilidade. No entanto, a mesma revista “dita” ou trata indiretamente algumas regras comportamentais. Isso é voltado principalmente ao público feminino.

Mais exemplos dessa aproximação entre revista e público/leitor podem ser identificados nos depoimentos de outras duas leitoras de fotonovela. A leitora N° 3 relatou que ela via na mocinha da fotonovela o estereótipo da mulher virtuosa, sofredora e amorosa que, por essas “qualidades”, seria merecedora de uma espécie de recompensa: “a realização plena no amor”.

A fotonovela alimentava sonhos, de como nós poderíamos ser no futuro. Uma mulher formada, uma mulher pronta para assumir a responsabilidade de um lar. Ela inspirava também um romantismo, nós ficávamos românticas, mesmo sem querer, uma Cinderela. Nós ficávamos com as perspectivas da vida como acontecia nas fotonovelas, talvez você tivesse dificuldades mas no final tudo estaria certo, junto do amado, dos filhos. Assim, nós víamos uma moça sendo preparada para o casamento, para ser mãe, a mulher modelo daquele momento. (Informação verbal)<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> LEITORA 5. Entrevista concedida à autora, em Novembro de 2006

<sup>11</sup> LEITORA N. 3. Entrevista concedida à autora em Janeiro de 2007

Esse “modelo” de mulher, da qual fala a leitora N° 3, também aparece nas lembranças da leitora N° 1. Sendo criada por uma família de boas condições financeiras, ela teve uma educação familiar dentro dos padrões e normas de comportamento entendidos como importantes e corretos no contexto social da época, sendo tudo aquilo que “toda boa moça de família” deveria seguir<sup>12</sup>.

[...] eu me interessava muito pelas fotonovelas [...] a gente sonhava com aquele cavalheiro que vinha para namorar, aquela boa pessoa, aquele rapaz trabalhador, de boa família. A gente tinha visão nesse aspecto do rapaz bom, então, aquele amor que não era amor sexo, era amor mesmo, era amor sincero, amor honesto. [...] As moças liam a fotonovela porque era moda e despertava aquela emoção tão grande de encontrar um príncipe encantado, aquela coisa gostosa que vinha do coração. (Informação verbal)<sup>13</sup>.

Assim, se consideramos que a condição da “leitura dos romances liberta-nos”, conforme afirma Bourneuf (1976, p. 5), podemos dizer que em se tratando dos romances de fotonovela, essa afirmativa se torna complexa. Isto porque o produto cultural (revista de fotonovela) influenciou de certa forma no imaginário sentimental das leitoras entrevistadas, dando indicativos de comportamentos e pensamentos conservadores influenciados pela leitura realizada. Essa discrepância encontrada entre sonho, libertação e condução nos modos de agir conservador, talvez tenha sido o *insight* para o sucesso deste tipo de revista. Ao mesmo tempo que comunica certas normativas sociais, a mesma aborda as percepções humanas contextualizadas em seu tempo.

### 3.3 A REPRESENTAÇÃO DO CASAMENTO COMO CONSOLIDAÇÃO DA FELICIDADE E DO AMOR ETERNO

O casamento é considerado uma das instituições mais antigas do mundo que passou ao longo do tempo por significativas adaptações e mudanças influenciadas por aspectos legais, emocionais e socioculturais (CARVALHO, 2017).

A busca pela felicidade e pelo amor eterno são aspirações constantes nos romances das fotonovelas, sendo que estas aspirações atingem seu ápice na concretização da união matrimonial entre os personagens principais da trama. No percurso da análise de nossas fontes

---

<sup>12</sup> A “boa moça de família” seria aquela que respeitava sempre a opinião dos pais, que conservava sua inocência sexual até o casamento e não se deixava levar por más influências dos rapazes. Ver sobre o assunto. BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos Dourados In: DEL PRIORE, Mari. História das mulheres no Brasil, 2 ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 608.

<sup>13</sup> LEITORA N. 1. Entrevista concedida à autora em Abril de 2006.

fomos percebendo que as temáticas amor e casamento são constantes nos enredos das fotonovelas analisadas, e que tais temáticas aparecem sempre interligadas.

Entende-se que essa associação entre casamento e amor teria se consolidado no século XVIII com a revolução burguesa, seguindo a noção da ideia da liberdade individual. Desde a Antiguidade até a Idade Média, o casamento era pensado como “um negócio de família” e seu principal papel era “servir de base a alianças, cuja importância se sobrepunha ao amor e à sexualidade. Escolha e paixão não pesavam nas decisões e a sexualidade para reprodução era parte da Aliança firmada” (ARAÚJO, 2002, p. 2).

Segundo Araújo (2002), em seu artigo *Amor, casamento e sexualidade: velhas e novas configurações* faz um estudo sobre o processo de construção e transformação das relações amorosas da antiguidade à modernidade. Segundo a autora, uma nova configuração se deu a partir do século XVIII “quando a sexualidade passou a ocupar um lugar importante dentro do casamento [...] o casamento vai ser representado como lugar de felicidade, onde o amor e a sexualidade são fundamentais” (ARAÚJO, 2002, p. 1).

Corroborando com essa ideia, Costa (2007) explica:

O século XVIII representa o início do florescer do casamento igualitário, baseado no afeto mútuo e na compatibilidade sexual. Na verdade, somente a partir desse momento é que surgiu na história da humanidade o tão decantado, em nossos dias, “casamento por amor” reunindo liberdade de escolha, ternura, amizade e prazer sexual. A revolução industrial e o capitalismo no século XVIII, ao aceitar a mulher no mercado de trabalho, paradoxalmente, contribuiu para que ela deixasse de ser propriedade privada familiar e passasse da posição exclusiva de reprodutora para se tornar também produtora, dando um importante passo para a sua libertação. (COSTA, 2007, p. 24).

Esta relação entre amor e casamento, que vai aparecer nos romances das fotonovelas, é algo moderno, já que o próprio conceito de amor e das práticas amorosas passaram por modificações ao longo do tempo. Temos, por exemplo, o amor Cortês, amor este que pode ser descrito como “o amor entre almas”, da veneração e idealização do ser amado. Como Watt (2010, p. 146) discorre que “É do consenso geral que a ideia do amor entre os sexos como o supremo valor da vida terrena surgiu com o *amour cortois* na Proença do século XI”.

O amor Cortês teria surgido de um processo de transferência de uma adoração religiosa da Virgem Maria para a veneração da dama que era venerada pelo trovador. Esse tipo de amor pode ser entendido como algo transcendental e esse amor cortês vai dar base para o amor romântico “que tem raízes profundas na tradição cristã o que torna a base adequada dos padrões ideias de comportamento sexual em nossa sociedade” (WATT, 2010, p. 146).

Em se tratando do amor cortês na literatura medieval em verso ou prosa Watt (2010, p. 146) diz o seguinte:

[...] As narrativas em verso e prosa que abordavam o amor cortês apresentavam suas heroínas como seres angelicais e, essa idealização em geral se estendia à psicologia, ao cenário e à linguagem. [...] Nessas narrativas o amor cortês fornece o início e o fim convencionais, porém o interesse central reside nas aventuras que o cavaleiro empreende por sua dama, e não no desenvolvimento da relação amorosa em si[...].

Diferente do amor cortês da época medieval que não aparece ligado ao ideal do casamento como busca de felicidade, mas sim por interesses familiares que escolhiam com quem os filhos deveriam casar. Menezes (2010, p. 561) argumenta que “o amor romântico, como ideal de perfeição ética e estética, promete um tipo de felicidade na qual o indivíduo encontra plenitude numa perfeição de adequação física e espiritual ao outro”. Neste tipo de amor pode-se haver a reciprocidade entre o casal e o ideal de um casamento indissolúvel já que “gradativamente, porém, o código do amor romântico começou a adaptar-se à realidade religiosa, social e psicológica, em especial ao casamento e à família” (WATT, 2010, p. 147).

Mary Del Priore, em seu livro *História de amor no Brasil*, faz um estudo sobre as modificações do conceito de amor e das práticas amorosas ao longo do tempo e sobre as suas modificações.

Ah! O amor... esse milagre de encantamento, espécie de suntuoso presente que atravessa os séculos[...] Cada cultura reserva-lhe um espaço privilegiado em seu sistema, representando-o à sua maneira. Há quem diga até que ele é uma invenção do Ocidente. E o amor não muda só no espaço, mas no tempo também. O de ontem não é o mesmo de hoje. [...] é como se tivéssemos passado de um período em que o amor fosse uma representação ideal e inatingível, a Idade Média, para outra em que vai se tentar timidamente, associar espírito e matéria, o Renascimento. Depois, para outro em que a Igreja e a Medicina tudo fazem para separar paixão e amizade, alocando uma fora, outra dentro do casamento – a Idade Moderna. Desse período, passamos ao romantismo, do século XIX, que associa amor e morte, terminando com as revoluções contemporâneas, momentos nos quais o sexo se tornou uma questão de higiene e o amor parece ter voltado à condição de ideal nunca encontrado. [DEL PRIORE, 2005, p. 14-15]

Esse amor romântico é observado nos romances das fotonovelas e que terá seu ápice de concretude na união dos personagens através do matrimônio. Dentre as possíveis análises da representação do casamento, o amor aparece como assunto relacionado à superação de todos os obstáculos. Isto é perceptível no questionamento da personagem Gisela da fotonovela *Lágrimas de uma noiva da Grande Hotel*, de Abril de 1965. Neste fotograma (figura 23) percebemos uma cena isolada da personagem, localizada ao ar livre, sugerindo uma sensação de introspecção misteriosa quando a personagem faz sua reflexão sobre o amor.

Figura 23 - Fotonovela Lágrimas de uma noiva



Fonte: *Grande Hotel* N. 923, 13/04/1965

Nas fotonovelas os amores impossíveis ligavam-se somente à paixão e esta não era bem aceita, o amor era o sentimento correto entre homem e mulher, precisando se apoiar em valores seguros (BASSANEZI, 1996). Já a paixão era explicada como “loucura passageira, inexperiência ou rebeldia juvenil” (BASSANEZI, 1996, p. 80).

Nas fotonovelas podemos identificar que há diferenciação entre o sentimento do amor e da paixão. Na revista *Grande Hotel*, de nº 909, de Janeiro de 1965, encontramos a fotonovela intitulada *Amor e não paixão*. Durante a narrativa aparece o diálogo entre as personagens Lilian e Katty. A fala de Katty diz o seguinte: “[...] até a melhor das pessoas pode transformar-se num bruto, quando é dominada pela paixão” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 39). Adicionalmente, o sentimento que estaria ligado para se ter um casamento feliz era a do amor. “- Pobre Lilian! Deve ser horrível ter de casar com um homem sem amá-lo” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 39).

Nesta mesma fotonovela encontramos a fala do personagem Glenn que reafirma essa representação de que a paixão não seria o sentimento suficiente para manter um casamento, mas o amor é que traria a felicidade almejada pelo ser humano. “Não foi por amor que Lílian casou comigo... ela é incapaz dêsse sentimento. Nela só há paixão, e não o amor, que dá felicidade à nossa alma” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 44).

Na fotonovela *Teu passado* da revista *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, no diálogo entre Cláudia e Jorge, a paixão aparece como sentimento perturbador, já o amor verdadeiro, o amor puro seria uma raridade.

- Parece tão calma, tão tranquila... Só quem não é perturbado por uma paixão pode ser assim.
- Creio que está se referindo ao amor... Acha que quem ama não tem serenidade?

- Não me entendeu, Cláudia, Referia-me à paixão, não ao amor. Aliás, o amor verdadeiro amor puro é muito raro. As paixões, os piores instintos do homem sempre o contaminam ... (GRANDE HOTEL, 1965, p. 29-30).

O conceito de amor perpassa todo enredo das fotonovelas e a noção deste sentimento estava interligada a ideia de casamento. Geralmente, as personagens centrais femininas dos enredos das fotonovelas vinham de uma condição financeira inferior ao personagem central masculino. Nesse contexto, o casamento poderia ser um caminho para que a “mocinha” conseguisse ascender-se socialmente (HABERT, 1974).

No imaginário romântico das leitoras dos romances de fotonovela é notório o ideal da realização pessoal, por meio da efetivação do casamento.

O casamento seria a realização do final do namoro, você via a família como um porto seguro, a família era o futuro, não tinha como escapar daquilo. Era namorar, casamento, os filhos, uma ideia de progresso. Você tinha que formar uma família para ter uma vida bem estruturada, para ter a vida para o casamento, a família, os filhos e conseguir um objetivo financeiro. O ideal seria isso, educar os filhos. Tudo isso dentro da perspectiva de formar uma família, isso era sonho. O marido seria o príncipe encantado perfeito (Informação verbal)<sup>14</sup>.

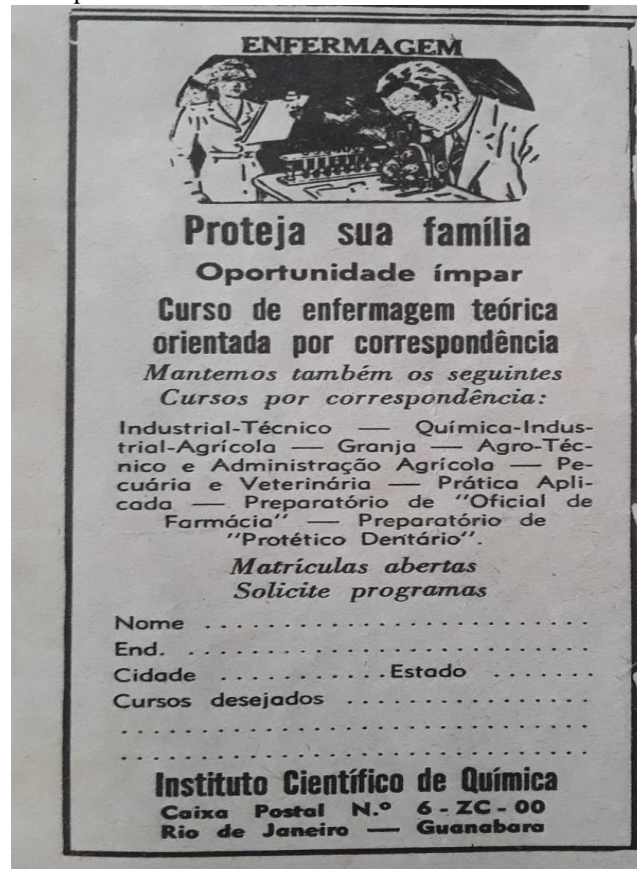
O depoimento acima aponta outra vez para aquela que seria a missão da mulher: viver direcionada ao casamento para cuidar do esposo e da educação dos filhos. Ter uma família bem estruturada era uma forma de “progresso” ou estabilidade financeira, dificilmente uma mulher conseguiria uma ascensão social sem a colaboração masculina. Caso a mulher trabalhasse fora do espaço doméstico seria para ajudar ao esposo, porém em primeiro lugar deveria dar prioridade ao próprio lar.

Podemos justificar essa afirmação a partir da análise do próprio conteúdo das revistas de fotonovela. De forma complementar, observamos que os anúncios publicitários direcionam as mulheres para adquirirem os produtos de maior praticidade nos afazeres domésticos, ou ainda, para a mulher priorizar os cuidados com sua família. Isso pode ser notado no anúncio publicitário da revista *Grande Hotel*, de Abril de 1966 (Figura 24).

---

<sup>14</sup> LEITORA 3. Entrevista concedida à autora, em Julho de 2005

Figura 24 - Anúncio do curso de enfermagem por correspondência.



Fonte: *Grande Hotel*, Ano XX, N° 975 - 12/04/1966

A figura acima é um anúncio de um curso de enfermagem que foi ofertado por correspondência. Nesta propaganda a comunicação é direta: “Proteja sua família”. As letras desta frase aparecem em tamanho maior que as outras e em negrito, sobressaindo-se das demais. Assim podemos inferir que o curso não teria a pretensão de contribuir para um aperfeiçoamento profissional da leitora da revista, mas sim, para que ela pudesse cuidar melhor da saúde de sua própria família. Desta forma, as mulheres poderiam dedicar mais tempo para cuidar de sua família. Neste sentido, é interessante observar que o tempo extra não se mostrava integrado ao trabalho fora de casa ou ao lazer com amigas.

Com relação ao conceito de família:

A família, primeira célula de organização social e formada por indivíduos com ancestrais em comum ou ligada pelos laços afetivos, surgiu há aproximadamente 4.600 anos. Este termo nasceu do latim *famulus*, que significa “escravo doméstico” e foi criado na Roma antiga para servir de base para designação de grupos que eram submetidos à escravidão agrícola. Essencialmente a família firmou sua organização no patriarcado, originado no sistema de mulheres, filhos e servos sujeitos ao poder limitador e intimidador do pai, que assumia a direção desta entidade e dos bens e a sua evolução [...] (BARRETO, 2011, p. 206).

Carvalho (2017, p. 1) enfatiza que:



A família em seus primórdios atendia exclusivamente como relata à história as necessidades sociais e seus interesses econômicos e políticos, sendo depois denominada de família “legítima” ou “legitimada” no Código Civil de 1916 como conhecíamos onde sua existência passa a ser exclusivamente em função principal da ocorrência do casamento e a concepção centralizada que se tinha sobre a família era um esquema formado pelo pai, pela mãe e seus filhos.

O primeiro Código Civil Brasileiro<sup>15</sup> (1916) traz em seu conteúdo a ideia de que a família somente poderia ser constituída a partir do matrimônio, considerando o patriarcalismo e a indissolubilidade do casamento.

O ordenamento jurídico brasileiro se inspirou no português que por sua vez buscou no Direito Romano alguns dos seus fundamentos como, por exemplo, o patriarcalismo que foi reproduzido no Código Civil de 1916. O Código Civil de 1916 regulava a família do início do século passado, constituída unicamente pelo matrimônio. Em sua versão original, trazia uma estreita e discriminatória visão da família, limitando-a ao grupo originário do casamento. Impedia sua dissolução, fazia distinção entre seus membros e trazia qualificações discriminatórias às pessoas unidas sem casamento e aos filhos havidos dessa relação. Esta família, decorrente do casamento, era denominada de legítima (o que estava conforme a lei), composta por marido, mulher e filhos, ou em algumas situações por ascendentes (os avós). (RAMOS FILHA, 2008, p. 16).

Sobre os papéis sociais desempenhados por homens e mulheres no casamento, no Código Civil de 1916, a doutrina jurídica diz o seguinte:

O pátrio poder era exercido pelo homem, o que mostra como a mulher tinha que ser submissa, ficando sempre em segundo plano. Essa forma de existência já vinha desde tempos remotos. Só o casamento legitimava a família e os filhos, todas as questões que fossem de encontro com ele, o casamento (como a infidelidade e os filhos ilegítimos) deveriam ser mantidas à margem como forma de se preservar o núcleo familiar. (RAMOS FILHA, 2008, p. 17).

Desde a institucionalização do casamento civil no início da república até os anos de 1960, pouco se modificou na constituição brasileira com relação ao casamento e às relações familiares.

Poder-se-ia imaginar que em uma análise da trajetória do casamento – da República aos anos de 1960 – seriam encontradas diversas modificações e certa “evolução” do mundo familiar. No entanto, curiosamente, no curso de seis constituições, o artigo referente ao casamento e à família sofreu poucas mudanças. É apenas no final da década de 80 (1988) que a Constituição retira a chefia do lar das mãos dos homens, dando voz às mulheres, igualando sua importância no casamento (PUGA, 2007, p. 159-160).

---

<sup>15</sup> Sobre a legislação referente à família, casamento e papéis dos cônjuges na sociedade tomamos por referência o Código Civil Brasileiro de 1916, sendo que somente em 2002 vai ocorrer uma mudança em sua jurisdição.

De acordo com a legislação vigente na década de 1960, a questão da virgindade da mulher até o casamento era algo previsto por lei e de acordo com o Código Civil vigente neste período, caso a mulher não fosse mais virgem poderia ocorrer a anulação do casamento.

O casamento tinha como pressuposto a virgindade da mulher, sendo que o defloramento desconhecido pelo marido era tido como erro essencial sobre a pessoa (art. 219 CC/1916) possibilitando a anulação do casamento (art. 220 CC/1916). (RAMOS FILHA, 2008, p. 16).

Com base nos trechos citados do Código Civil de 1916 e da Constituição de 1988 podemos fazer alguns questionamentos: Em todas as fotonovelas selecionadas a ideia de casamento está relacionada somente ao conceito de amor? A resposta é que em sua maioria o amor predomina no enredo. Entretanto, após nossas buscas, verificamos que a questão financeira também aparece nos enredos das fotonovelas que destacam o tema amor. Isso mostra que quando o amor é abordado, surgem alguns dilemas associados à diferença entre classes sociais, a prospecção de mudar ou de manter determinada condição financeira.

Entretanto, é na abordagem dada à dedicação que a concepção do amor se destaca. Um amor definido como algo que superava tudo. Essa devoção à família era coroada com o “Prêmio do casamento”, sendo que este seria como uma “porta para felicidade”. Assim eram os discursos nos romances das fotonovelas. O casamento seria a solução para todos os problemas e conflitos. Na maioria das vezes, as narrativas eram vivenciadas pelas mocinhas de baixa condição financeira, que muito já sofreram em sua vida. Segundo a ficção, tudo seria resolvido apoiado no enlace matrimonial com o mocinho da trama.

[...] no plano dessas representações, o casamento era apresentado como a redenção da mulher já que todos os romances terminavam com o encontro do herói e da mocinha. O estatuto de esposa estava assentado no adjetivo feliz. Os enredos introduziam tons e imagens de um convívio a dois, ideal, repleto de relatos adocicados e de uma vida conjugal de paz e tranquilidade. (CUNHA, 1998, 102-103).

Em muitas fotonovelas da revista *Grande Hotel* aparece a menção feita ao casamento como a concretização de um sonho de felicidade permanente para o casal do enredo. Essa espécie de tarefa desempenhada nitidamente e exclusivamente entre os homens e as mulheres em seu casamento, nas relações familiares e na relação amorosa de ambos pode ser compreendida a partir do princípio da dádiva. “A busca por vinculação é o princípio que rege as relações sociais baseadas na dádiva” (CARDOSO e NASCIMENTO, 2019, p. 238). Marcel Mauss escreveu *O Ensaio sobre a dádiva*, em que na ideia central desta obra “se postula um entendimento da constituição da vida social por um constante dar e receber [...] Daí a

importância de entendermos como as trocas são concebidas e praticadas nos diferentes tempos e lugares” (LANNA, 2000, p. 175).

Neste contexto o casamento se apresentaria como ocasião favorável para o estabelecimento de ciclos de trocas generalizadas. Através dele diferentes grupos estabeleceriam vínculos sociais e forjariam alianças nas quais a vida social é a expressão desse movimento de trocas permanentes (CARDOSO; NASCIMENTO, 2019, p. 238). Martins (2005, p. 54-55) escreve que:

No sistema da dádiva [...] um presente ou uma hospitalidade nunca se paga em moeda de mesmo valor, tampouco é retornada necessariamente no mesmo instante da ação (senão corre-se o risco de a ação ser interpretada como uma equivalência que levaria à ruptura da interação). Mas esse presente ou hospitalidade pode ser retribuído num outro momento mediante uma gentileza ou favor, fazendo circular a roda das práticas sociais e das experiências de vida entre os envolvidos.

Na fotonovela *Teu passado* da revista *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, Jorge sofre uma decepção amorosa e busca refúgio na vida religiosa para superar seu trauma. Por conta de um esgotamento nervoso interrompe seus estudos no seminário e retorna para sua casa. A mãe de Jorge no intuito de ajudar o filho a voltar a acreditar no amor e no casamento, faz uma proposta para Cláudia, uma jovem que começara a trabalhar como copeira na casa de Jorge e por coincidência tem sua aparência física semelhante a mulher que causou a decepção no filho de Olga.

A proposta seria que Cláudia ajudasse a Jorge a recuperar seu estado emocional interessando-se por ela e em troca Olga lhe garantiria um ótimo ordenado, um lar para morar, roupas novas e, além do pagamento material, Cláudia teria sua gratidão eterna. “Cláudia... se você me ajudar a recuperar meu filho, terá a minha gratidão eterna! Não se sinta culpada pelo que está fazendo pelo contrário” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 27). Aqui, começaria uma relação de amizade entre Olga e Cláudia: “Escute Cláudia, gostei de você desde que a vi... Sei que posso falar-lhe francamente. Meu filho precisa salvar-se, e como ele a ama... só você poderá salvá-lo. Somos muito ricos e Jorge é um ótimo rapaz. Acho que ele lhe agrada bastante” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 33).

Ainda falando sobre a relação entre amor e casamento, na mesma fotonovela, a partir de um pensamento da personagem principal Cláudia, a relação entre amor, felicidade e casamento aparecem associadas. “Amo-o... posso fazê-lo feliz... E terei finalmente uma existência respeitável, não precisarei lutar, defender-me... Por que não poderia ser sua mulher?” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 33). Além de buscar um casamento por amor, Cláudia sendo uma moça pobre, entende que o casamento com Jorge poderia ajudá-la financeiramente,

possibilidade esta bastante presente nos romances das fotonovelas, a jovem pobre que casa com o personagem rico. Considerando o caráter das mocinhas das fotonovelas o casamento pelo interesse material estaria em segundo plano desde que o sentimento do amor fosse prioridade.

Na fotonovela *Casamento tentador*, da revista *Grande Hotel*, de 1969, a personagem Mariá (Michela Roc) era uma jovem pobre que desejava se casar com um homem rico. Essa ambição de Mariá é nítida na fala dela ao dispensar um pretendente por descobrir que este não era rico. Nesta situação o amor não é o elemento primordial para o casamento e sim oportunidade de elevação social.

Figura 25 - Fotonovela Casamento tentador

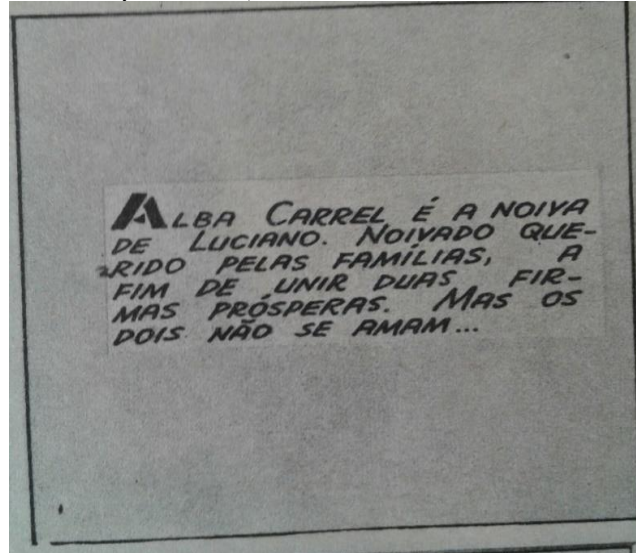


GRANDE HOTEL N.º 1165 — pág. 25



Na fotonovela *Nascemos para Amar*, que foi publicada na *Grande Hotel*, de Abril de 1966, aparecem duas situações distintas em que o casamento ocorre. Na primeira, os personagens Alba e Luciano estavam noivos por desejo de suas famílias no intuito de prosperarem financeiramente, sem que houvesse amor entre os dois. Essa afirmação aparece em um quadrinho separado dando realce a esta situação.

Figura 26 - Fotonovela *Nascemos para Amar* (narrativa casamento de Alba e Luciano)



Fonte: Revista *Grande Hotel*, 12/04/1966, p. 29.

No desenrolar do romance verificamos que ambos aceitam a situação, mas apenas como um casamento que seria de aparência. Isto porque eles não se amam. A figura 27 mostra na fotografia e na fala dos personagens que, mesmo noivos, Alba tem conhecimento de outros casos amorosos de Luciano. No entanto, ela parece não se importar.

Figura 27 - Fotonovela *Nascemos para amar* (Diálogo entre Luciano e Alba)



Fonte: Revista *Grande Hotel*, 12/04/1966, p. 29.

No decorrer da trama, Luciano conhece Fernanda uma jovem operária que trabalha em sua fábrica e busca conquistá-la. Inicialmente uma postura de “passatempo”, que mais tarde transformará em interesse real. Fernanda apaixonou-se à primeira vista por Luciano, mas compreende que não poderá casar-se com ele.

Em um momento do romance aparece um pensamento da personagem Fernanda. Neste instante, a jovem menciona que não tem muita pretensão de se casar, porque não poderia unir-se com a pessoa que ela amava. Neste caso, não teria sentido contrair o casamento com qualquer outro homem. Assim podemos inferir que para esta personagem, o amor e o casamento aparecem intensamente interligados.

Neste fotograma existe a intenção de aproximar a leitora desta personagem, pois foi apresentada uma lacuna que deve ser terminada. Na fotonovela, lê-se: “Com quem eu amo não casarei nunca, portanto [...]”. Assim, esse trecho mostra que talvez Fernanda possa pensar que já que não vai poder se casar com seu grande amor, também não faz questão de casar-se com outra pessoa; ou que sua felicidade terá que depender de si própria, considerando que neste contexto a ideia de felicidade está entrelaçada a ideia de casar-se.

Ainda, destaca-se neste fotograma a produção do cenário, remetendo ao ambiente de uma cozinha. Isto enfatiza, de forma visual, que Fernanda é uma mulher prendada e poderia ter sido uma boa cuidadora da família e de seu lar junto ao seu amado.

Figura 28 - Fotonovela *Nascemos para amar*.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N. 975, 12/04/1966.

Com esta construção visual e textual, os leitores podem imaginar qual seria o desfecho desta história. Sendo assim, o leitor tem um papel fundamental no processo da leitura. Conforme argumenta Zappone (2009, p. 153-154),

Ora, se o texto já não diz tudo, nem seu autor é o dono de um sentido para ele, o leitor tem sido considerado peça fundamental no processo de leitura. Seja individualmente, seja coletivamente, o leitor é a instância responsável por atribuir sentido aquilo que lê. A materialidade do texto, o preto no branco do papel só se transformam em sentido quando alguém resolve ler. E assim os textos são lidos sempre de acordo com uma dada experiência de leituras anteriores e num certo momento histórico, transformando o leitor em instância fundamental na construção do processo de significação desencadeados pela leitura de textos (sejam eles literários ou não).

Essa observação, também, pode ser estendida para a fotografia. Normalmente, a representação das mocinhas das fotonovelas é de mulheres que se sacrificam por algo ou alguém. Ao visualizar a fotografia na fotonovela a partir da representação facial dos personagens a pessoa que está lendo a fotonovela pode deduzir e dar um sentido à construção da narrativa e dos próprios personagens como sendo angelicais, submissas, felizes etc.

Na figura 28, o rosto da personagem aparece serena. Não deixa transparecer emoções como raiva, desespero, ou angústia, ou seja, ela parece aceitar que sua história não será como ela anseia. Na fotonovela “*Estarás sempre no meu coração*” o personagem Filipe questiona se Ione poderia casar com ele, renunciando a sua carreira e indo morar com seu amado na África. Mas, esse acontecimento deveria acompanhar a concordância de que teriam uma vida não muito fácil. Ione é enfática ao dizer “Com você irei até o fim do mundo querido [...] e renunciarei a qualquer coisa” (GRANDE HOTEL, 1962, p. 50).

Essa resposta enfática da heroína está associada a representação e idealização do herói da fotonovela com sendo um príncipe encantado. “O príncipe é aquele que respeita, que é fiel, carinhoso, companheiro, cúmplice, alguém em quem se pode confiar e contar em todo momento” (CARPENEDO; KOLLER, 2004, p. 3). Na fotonovela *Lágrimas de uma noiva*, a fala da personagem Gisela corrobora com essa ideia: “[...]E eu fitei seus olhos e compreendi que meu príncipe encantado tinha chegado... e que o mundo se transformara para mim num paraíso” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 22).

A partir de nossas análises, como também da leitura de outros trabalhos sobre fotonovelas, verificamos que a construção da heroína é representada por uma jovem de bom coração, que sofre no decorrer da trama, e que se sacrifica em nome do amor e do casamento. No enredo, a conquista do casamento seria a recompensa pelo seu esforço e abnegação.

Entretanto, essa linearidade sofre uma ruptura em uma de nossas fontes, sendo que a mocinha dócil, meiga e sonhadora acaba tendo papel de vilã, após ser abandonada por seu noivo no dia de seu casamento. Vejamos um pouco dessa narrativa.

A fotonovela *Abandonada no dia de seu casamento*, da *Grande Hotel*, de 1966, narra a história da personagem Mily (Michela Roc)<sup>16</sup> e de seu noivo Sergio (Piero Leri) que estavam se preparando para se casarem. Contudo, no dia tão esperado por Mily, a jovem descobre que seu noivo fez uma viagem e não iria haver o casamento. Sergio deixa uma carta explicando que pretendia se casar por dinheiro. No entanto, descobriu que o pai de Mily estava arruinado financeiramente e, sendo assim, o casamento já não fazia mais parte dos planos dele.

Curioso notar que em grande parte dos romances de fotonovela ocorre que a mulher é que ascenderia financeiramente pelo casamento. Isto porque a jovem sempre se mostra com menor condição social do que seu futuro esposo. No entanto, nesta fotonovela os papéis se invertem e mudaram a dinâmica de apresentação dos personagens. Com esse acontecimento Mily se torna uma jovem melancólica e fria. No decorrer da narrativa os personagens se reencontram e Mily decide vingar-se de Sergio. O propósito da vingança se desfaz quando Sergio se retrata de suas atitudes de ambição e promete casamento com Mily, mesmo sabendo de sua atual condição financeira. O narrador reafirma a posição de Sergio e não deixa dúvida para o leitora de que Sergio já não pensava somente em Mily por interesses financeiros.

Interessante destacar essa característica das fotonovelas. O sofrimento não é particularidade somente da personagem feminina, “os heróis das fotonovelas expressam seus sentimentos, apresentam-se apaixonados e sofrem diante dos obstáculos que os impedem de viver sua história de amor. Eles amam e sofrem tanto quanto as mulheres” (MIGUEL, p. 2016, 302). Pensando numa perspectiva do amor romântico é válido lembrar que o “amor romântico exige que duas pessoas se amem paralela e mutuamente” (KORFMANN, 2002, p. 84). Deste modo, a fotonovela busca tratar o tema de forma a valorizar o amor correspondido entre a heroína e o herói da trama.

As duas imagens a seguir reforçam essa ideia pelo semblante de seriedade do personagem, complementado por suas palavras de que a separação dos personagens gerou sofrimentos de ambos e que Sergio também amava Mily.

---

<sup>16</sup> Seu nome real era Bianca Maria Roccatani. Nasceu em Roma (Itália) em 1941. Começou a fazer fotonovelas em 1961, desde então, participou de 1397 histórias. Seu parceiro mais frequente de fotonovelas foi o ator Jean Carlo Carletto. Casou-se com o advogado Edoardo d' Elia com quem teve um filho. É chamada de “A Rainha das fotonovelas”. Faleceu em 29 de Abril de 2013. Fonte: <http://idolofotonovelas.blogspot.com/?m=1>



Figura 29 - Fotonovela Abandonada no dia de seu casamento.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 987, Abril de 1966.

Figura 30 - Fotonovela Abandonada no dia de seu casamento.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 987, Abril de 1966

Considerando a trajetória desta narrativa, o que nos chama a atenção é que o casamento aparece novamente como uma temática central, porém deslocando o protagonismo. Em todos os casos, o casamento aparece representado como a redenção de todos os problemas e dificuldades superadas. O casamento e o amor se entrelaçam e “o mito do casal perfeito, aquele que supera todas as diferenças pelo amor, tem por finalidade última a felicidade eterna” (CARPENEDO; COLLER, 2004, p. 4).

De acordo com Miguel (2016, p. 303),

Após muito sofrimento e vencidos os obstáculos, a trama reserva ao casal um final feliz, sob a égide do “E viveram felizes para sempre”. Esse final feliz está diretamente associado ao casamento. Algumas fotonovelas trazem, como cena final, a imagem do casal na igreja, ela de branco, ele de terno. Outras anunciam que o casamento já foi marcado pelo jovem casal apaixonado.

Essa afirmação vai parecer na análise de nossas fontes na fotonovela *Abandonada no dia de seu casamento*, *Grande Hotel*, em 1966. No caso desta fotonovela, não se tem a preocupação em se explicar em detalhes os motivos e as formas de como os personagens decidiram se casar novamente. O último fotograma traz a imagem dos noivos e assim o leitor pode concluir que o casamento aconteceu. Isto porque o casal aparece ao lado da Igreja, ambos com os semblantes tranquilos e olhando para frente na mesma direção como sendo uma visão do passado para o futuro.

Figura 31 - Fotonovela *Abandonada no dia do casamento*.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 987, Abril de 1966.

Outro aspecto peculiar obtido em nossas fontes foi quando observamos a relação imagem e texto para a palavra felicidade. A felicidade vai parecer em muitas conversas dos personagens e a proposta de casamento seria a porta de entrada para a tal felicidade. Isso é observado na fotonovela *Pérfida Intriga*, publicada na *Grande Hotel*, em 1966.

A história se passa na Sicília, no sul da Itália. A personagem, Ângela (Michela Roc), é apaixonada por Roberto (Piero Leri). Ele é um jovem fazendeiro que em um momento da trama acaba sendo preso por intriga de seus inimigos. Ângela descobre estar grávida, mas como Roberto está preso, o suposto amigo de Roberto Antônio (Gianni Médice), que também estava

interessado por Ângela, oferece-lhe a proposta de se casar com ela e de aceitar o filho de Roberto como sendo seu filho legítimo. Ângela aceitou a proposta, mas deixou claro não amar Antônio. Entretanto, quando Antônio propõe casar-se com Ângela, fazendo a promessa de que se ela o aceitasse, ela teria a garantia de ser “a mulher mais feliz do mundo”, Ângela o questiona, afirmando que como poderia ser feliz se ela não o amava. A resposta de Antônio foi que com o tempo Ângela aprenderia amá-lo.

Ao olharmos para a imagem desta cena, vemos Ângela com um semblante de seriedade de frieza. Desta situação, os leitores podem deduzir que esse casamento não será a concretização do “final feliz”. Um desfecho esperado com base na percepção da ausência de reciprocidade dos sentimentos expresso nas palavras e encenação desses personagens.

Figura 32 - Fotonovela *Pérfida Intriga*.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 997, 1966

Figura 33- Fotonovela *Pérfida Intriga*.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 997, 1966

Nesta fotonovela o casamento por um momento vai aparecer como uma forma de solução para o problema que Ângela estava enfrentando, ou seja, de criar sozinha o seu filho. Nessas condições, o casamento vem a ser como uma espécie de “escape” para fugir de uma situação conflituosa. Neste caso, amor e casamento estão dissociados, uma vez que Ângela ama Roberto, mas decide casar com Antônio. Por outro lado, amor e casamento estão associados para o personagem Antônio.

Miguel (2016) ao estudar sobre as mocinhas heroínas das fotonovelas argumenta:

[...] as heroínas das fotonovelas precisam trazer elementos que as aproximem do “mundo real” ao qual suas leitoras pertencem. Essa é uma questão fundamental para que o processo de identificação ocorra, alguns aspectos da realidade devem estar



presentes na história, pois funcionam como um passaporte para que as leitoras possam “embarcar” nas fantasias que surgirão ao longo da trama.

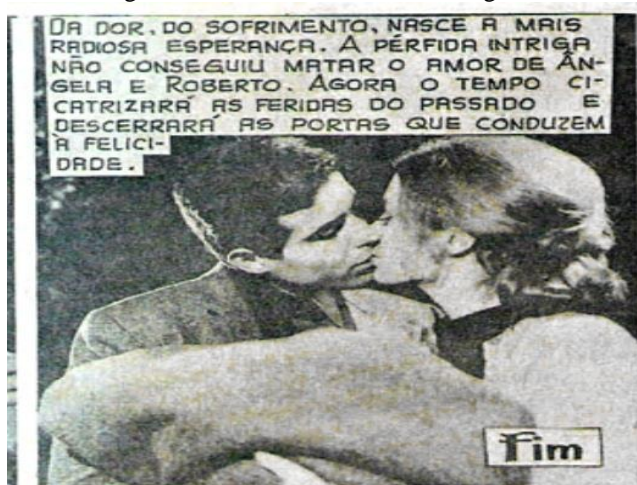
Essa afirmação da autora é relevante para nossa análise ao considerarmos que no período de grande circulação das fotonovelas (década de 1960), as leitoras viviam em um contexto em que o casamento era representado como a garantia de um “bom futuro” e repleto de amor.

Assim, a fotonovela busca se aproximar da realidade de muitas leitoras que almejavam um casamento feliz e que algumas vezes mostrava a impossibilidade de se concretizar. Um questionamento que podemos fazer seria se na década de 1960 ainda não era legalizado o divórcio no Brasil, nem mesmo na Itália, país de origem das fotonovelas e onde a história se passa, então o final dessa fotonovela vai ser sem o tão esperado casamento entre Ângela e Roberto? Já que devemos lembrar que Ângela aceitou a proposta de Antônio e casou-se com ele, assim, não poderia contrair casamento com seu amado Roberto.

A solução desse dilema para o casal Ângela e Roberto foi resolvido pelo personagem Joel (pai da Ângela), que contemplado pelo sofrimento de sua filha, acaba por assassinar Antônio. Assim, ressurgue a esperança para os leitores de que o casamento entre os personagens poderia se concretizar.

Na figura 34 o narrador enaltece o amor de Ângela e Roberto ao dizer que “[...] da dor, e do sofrimento, nasce a mais radiosa esperança. A pérfida intriga não conseguiu matar o amor de Roberto e Ângela”. Esse trecho mostra que mais uma vez o conceito de felicidade vai aparecer para finalizar o enredo e para reforçar um final feliz para os personagens. Contudo, a palavra casamento não aparece, mas pela construção da narrativa e pelo retrato do beijo é possível subtender que os personagens terminarão juntos.

Figura 34 - Fotonovela Pérfida Intriga.



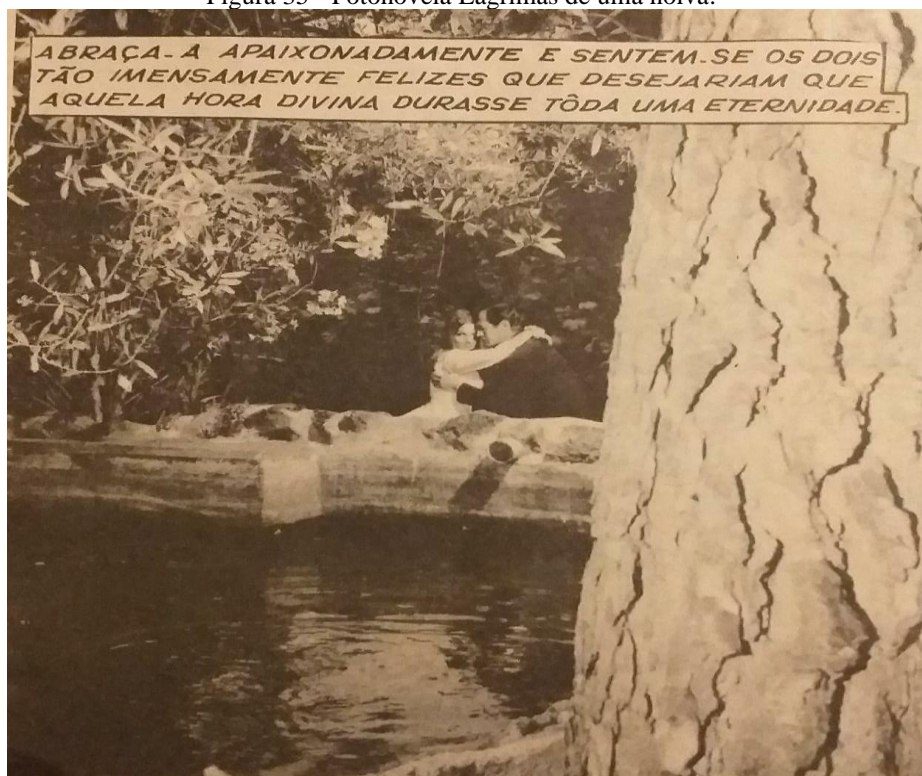
Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 997, 1966

Além do sentimento do amor, o casamento aparece entrelaçado aos conceitos de fidelidade, reciprocidade e companheirismo. Expressões como: “Nada nos separará”; “Nosso amor é imortal”; “quero você sempre ao meu lado”; são expressões constantes nos enredos das fotonovelas.

As cenas immortalizam os sentimentos dos personagens e a palavra eternidade também é ferventemente perceptível nos romances. Podemos citar como exemplo a fotonovela *Lágrimas de uma noiva*: “Ninguém e nada poderá separar-nos, pois os seres que nascem predestinados para amar-se, amam-se sempre, por tôda a eternidade...” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 33).

Na mesma fotonovela o narrador diz o seguinte: “Abraça-a apaixonadamente e sentem-se os dois tão imensamente Felizes que desejariam que aquela hora divina durasse tôda uma eternidade” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 33).

Figura 35 - Fotonovela Lágrimas de uma noiva.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N° 923, 13-04 -1965

### 3.4 DISSONÂNCIAS ENTRE IMAGEM E TEXTO NAS FOTONOVELAS

As revistas *Grande Hotel* trazem ao público consumidor a oportunidade de refletir sobre o amor, observando os gestos, as posturas, as feições dos personagens, que se somam às cenas ao ar livre ou de ambientes caseiros, de trabalho e festivos. O resultado é a comunicação de uma situação encenada, moldada pela proposta de colocar em cheque ou de assumir ou de omitir

o afeto pelo outro. Um afeto, uma paixão, um amor que engloba a possibilidade de um desses personagens permanecerem ou tornarem-se felizes. Uma felicidade, que é frequentemente representada pela realização do casamento.

Todavia, muitas vezes a representação das cenas que estrutura a narrativa pela busca da felicidade se mostra contraditória. Em outras palavras, a tradução dramática e teatral das fotonovelas ocorre em duas situações definidas no processo de sua produção. Uma delas é a adaptação das conversas por meio da tradução para o português. A outra é a inserção de uma conversa inédita à fotonovela original, aproveitando o mesmo fotograma. Em algumas situações ambas trazem elementos que fragilizam a permanência da narrativa inicial e, até mesmo, do próprio enredo que foi proposto pelo escritor primário da fotonovela em questão.

Essa situação mostra que as fotonovelas da revista *Grande Hotel* não se mostram peculiares somente pela estranheza de seu visual, que mostram as características europeias do sujeito e do que o mesmo propõe ao leitor consumir. O visual apresentado nas fotonovelas da *Grande Hotel* mostra sua fragilidade quando analisamos a junção de determinadas imagens e textos.

Observamos que a fotonovela possui lacunas na forma da construção de suas mensagens. Isto indica que a elaboração dos enredos dos romances fotonovelísticos depende do modo de agir do sujeito que encaixa a mensagem visual com a mensagem textual. O processo de criação poderia ser imaginado como alguém que montasse um quebra-cabeça. Como em um passe de mágica, o adaptador (tradutor) busca atribuir determinada fala para determinada imagem, conectando-as. Infelizmente, esse ajuste não é tão simples como a aritmética aplicada. Tratar a união da imagem com o texto para obter determinada mensagem pode ser mais complexo que realizar uma operação aritmética. O resultado pode variar de acordo com os “ajustes” feitos entre imagem e texto.

Por exemplo, com relação à representação da felicidade, encontramos nas figuras 36 e 37 algumas contradições entre texto e imagem. Quando analisamos o semblante dos personagens que aparece ao longo da fotonovela, em sua maioria, notamos expressões de seriedade e muito longe de demonstrar uma expressão de felicidade e de alegria. Vejamos a narrativa presente na fotonovela *Lágrimas de uma noiva* (GRANDE HOTEL, 1965). Na sequência podemos verificar a contradição entre texto e imagem.

Figura 36 - Fotonovela (Lágrimas de uma noiva).



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N 923, 1965.

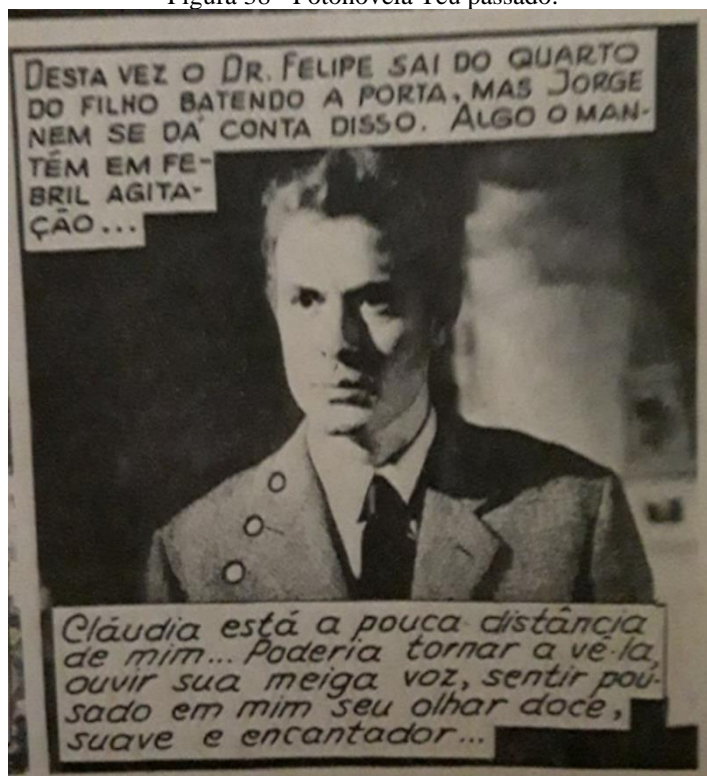
Figura 37 - Fotonovela (Lágrimas de uma noiva).



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N 923, 1965.

Nas figuras 36 e 37 as personagens estão sérias. Assim, verificamos uma contradição. Isto indica que a revista *Grande Hotel* apropriou-se da imagem importada e fez um texto original para essa cena. Também podemos supor que essa expressão facial foi escolhida porque está associada à busca de “um rosto meigo, belo e melancólico, que transmita suavidade e ternura”, conforme Miguel (2016, p. 297) argumenta sobre as características do visual dos rostos das mocinhas das fotonovelas. Essas características vão aparecer no texto da figura 39 na fotonovela *Teu passado*, da revista *Grande Hotel*, de Janeiro de 1965, quando o personagem Jorge pensa em sua amada Cláudia. Jorge descreve a voz de Cláudia como meiga com um “olhar de doce, suave encantador” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 31).

Figura 38 - Fotonovela Teu passado.



Fonte: Revista *Grande Hotel*, N 910, 1965, p. 31

Outra dissonância que visualizamos com relação às imagens ocorreu ao compararmos as figuras 39 e 0. Nestas imagens pudemos identificar que a personagem Katty foi representada por duas atrizes diferentes. Os traços físicos do rosto da personagem da figura 39 difere do rosto da personagem da figura 40 e o corpo da personagem da figura 40 aparenta ser mais robusto do que a outra personagem.



Figura 39 - Fotonovela Amor e não Paixão.



Fonte: Revista Grande Hotel. Ano XIX - N°909 – 05-01-1965.

Figura 40 - Fotonovela Amor e não Paixão.



Fonte: Revista Grande Hotel, Ano XIX - N°909.

Figura 41 - Fotonovela *Estarás sempre no meu coração*.

Fonte: *Grande Hotel* de Fevereiro de 1962.

Outro caso de discrepância pode ser observado na figura 42. O quadro do meio é um desenho e não uma fotografia. Interessante pontuar que, de acordo com informações, as primeiras fotonovelas não eram feitas com imagens fotográficas, mas com a produção de fotodesenho (SANTOS *et. al.* 2015).

Esses detalhes, que parecem ter passado despercebidos, reforçam a afirmação sobre o custo elevado para a elaboração de uma revista tanto na época quanto atualmente, como afirma Scalzo (2016, p. 59):

Outra qualidade muito valorizada nas redações de revistas é entender um pouco de administração (de recursos e processos). Como as equipes são pequenas e o dinheiro não anda sobrando, provavelmente caberá cada vez mais aos jornalistas controlar e administrar seu borderô) o dinheiro para a edição e para as reportagens e seus respectivos prazos.

Sendo que poucas pessoas trabalhavam em sua montagem, provavelmente não havia uma pessoa específica para realizar uma revisão detalhada do periódico. Scalzo (2016, p. 58) fala da importância da utilização de recursos gráficos em uma revista e que um texto por mais bem escrito que ele esteja, sempre terá uma melhor compreensão e será mais atrativo quando acompanhado de uma boa fotografia.

Por fim, retomando alguns pontos abordados neste capítulo lembramos sobre a importância das históricas românticas representadas na fotonovela da revista *Grande Hotel*. As fotonovelas valorizavam as imagens e sua narrativa (visual e textual). Isso nos levou a pensar sobre como se apresenta a relação entre as mulheres leitoras e os romances, assim como essa

relação ocorre entre a representação da imagem e o texto para com a leitura. O ideal romântico do casamento perpassa todo o enredo das fotonovelas analisadas e sua concretização se dá após muitos obstáculos e imprevistos. O casamento seria a recompensa para a superação dos empecilhos entre o “mocinho” e a “mocinha” e o conceito de amor e felicidade aparecem entrelaçados ao casamento. Toda essa trama é apresentada como um simulacro, que é denunciado em alguns trechos das fotonovelas pela relação imagem-texto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta dissertação foi discutir sobre as representações culturais das relações amorosas veiculadas na revista de fotonovela *Grande Hotel* no período que compreende a década de 1960. Um período interessante para desenvolver a investigação pelo fato de incluir movimentos como a revolução feminista, a contracultura e os movimentos civis em defesa dos negros e homossexuais.

Considerando também que o casamento era um dos assuntos constantes nos enredos das fotonovelas, buscamos analisar quais eram as representações culturais acerca deste tema, estabelecendo como um dos principais parâmetros de análise a imagem e o texto.

Para desenvolver este estudo apresentamos o contexto de produção. Para tanto, traçou-se o perfil da revista, considerando sua produção, circulação e consumo. A análise da produção passou pela história das revistas femininas e seguiu para o estudo das formas de expressão da revista. Apontou a capa, as *charges*, as colunas e os romances de fotonovela como elementos constituintes deste produto cultural, cada qual com suas especificidades.

O produto cultural foi tratado como tendo origem em um romance popular, com referências às novelas de rádio e ao cinema com matrizes europeias (italiano e francês). O resultado deste hibridismo trouxe um panorama geral da caracterização da Revista *Grande Hotel* tendo como fonte as revistas produzidas na década de 1960.

Observamos que as revistas de fotonovela tiveram grande repercussão no Brasil entre os anos de 1950 e 1970, e que são um “sub-produto” ou um desdobramento da novela de rádio e do cinema. Estas, assim como outras revistas femininas, buscavam integrar as mulheres na sociedade que passava por transformações culturais. Assim, o discurso das revistas femininas neste período visava apresentar para seus leitores modos de comportamento e de pensamento conservador para serem seguidos pelo seu público leitor, tratando o casamento de forma a ser a realização pessoal, principalmente para a mulher. Com este estudo podemos apontar que as revistas de fotonovela funcionam como elemento integrante de um manual da pedagogia do comportamento feminino e como ferramenta constituinte de uma narrativa visual sobre a defesa do casamento como forma de obter a felicidade eterna.

O público consumidor foi apontado pela sua participação nas colunas das revistas assim como nas entrevistas realizadas pela pesquisadora no trabalho de conclusão de curso (SPICALSKI, 2007).

Apesar de a revista ser um produto cultural moderno para a época, comunicando a partir das fotografias, das propagandas e das colunas, os modos de comportamento, o modo de zelar

pelo seu lar, esposo e filhos, essa mídia mostra um pensamento mais conservador. Isto porque não podemos esquecer que na década de 1960 a família ainda tinha um papel importante na formação do público leitor de fotonovelas, e, provavelmente, a revista tentou alinhar-se aos comportamentos ditados por grande parte das famílias. Isso é perceptível nas seções de aconselhamento das revistas, que motivavam as jovens leitoras a considerar sempre a opinião dos seus pais.

O que verificamos no decorrer de nossa pesquisa é que os romances das fotonovelas geralmente eram histórias em que as heroínas eram de origem humilde e simples e que o personagem masculino era de classe mais elevada. Sendo assim, o homem poderia proporcionar uma vida financeira tranquila para a personagem feminina, que se dedicava ao trato da família. Interessante notar que durante as narrativas, aparecem vários desafios e obstáculos que foram superados para terminar com a feliz união dos personagens principais, o casamento seria a “recompensa” pela superação dos obstáculos enfrentados pelo “mocinho” e pela “mocinha” das fotonovelas.

Estas informações contribuíram para compreender que o casamento foi o tema central dessas publicações e que a postura da revista era conservadora com relação ao papel feminino. Isto pode ser comprovado pelo fato da revista defender nos romances que a função da mulher é destinada à dedicação ao lar e à família. Adicionalmente, a mesma postura foi apontada diretamente ou indiretamente nos anúncios e aconselhamentos às leitoras. A mulher aparece como um sujeito submisso, angelical e até incapaz de atuar de forma inteligente em algumas situações.

O casamento é tratado como sendo uma condição para atingir a felicidade e o sentimento do amor é representado como algo primordial e “mágico” que resolveria todos os problemas e obstáculos enfrentados pelo casal enamorado da trama. A paixão pode estar na trama do romance, mas não é compreendida como uma característica ou sentimento positivo. A partir dessas percepções e do contexto social apresentado em suas múltiplas vertentes (conservadoras ou avançadas), interessou problematizar as relações amorosas no enredo das fotonovelas da *Grande Hotel*, considerando que o casamento é representado como a consolidação da felicidade e do amor eterno vivenciado entre os personagens principais das fotonovelas.. Desta leitura, percebeu-se que a relação entre texto e imagem era fragilizada por algumas divergências nos sentidos atribuídos aos conteúdos visuais. Isso destacou a prática do simulacro, que foi indicada na origem da produção das fotonovelas vindas da apropriação e reformulação das fotonovelas europeias. Isso ficou perceptível quando a personagem reflete um semblante melancólico quando o narrador diz que a personagem está “radiante de alegria” ou

no caso da cena onde a fotografia mostra que a mesma personagem aparece fisicamente diferente em determinado momento da trama. Outro caso é a repetição da fotografia em um quadro sequencial, mas mostrando diretamente a sua publicação em forma de desenho. Neste sentido, reiteramos que o custo para a produção de uma fotonovela não era baixo, considerando essa afirmação podemos inferir que as “falhas” nas publicações, as apropriações das cenas e as divergências ocorridas entre texto e imagem faziam parte de arriscar-se no “jogo”. Em alguns momentos, as falhas de representação podem até ter sido passadas despercebidas já que, não haveria somente uma pessoa específica para fazer uma revisão mais detalhada de possíveis erros encontrados no conteúdo dessas revistas.

Ainda, considerando a questão do casamento e seu papel nas relações amorosas das fotonovelas da *Grande Hotel*, observamos que em alguns enredos o casamento até aparece desvinculado do ideal romântico. Isso foi constatado na fotonovela *Teu passado*, sendo que os personagens, Alba e Luciano, estavam noivos pelo desejo de suas famílias em prosperarem financeiramente. Entretanto, no decorrer do romance esse obstáculo se dissolve e o narrador termina dizendo “É a felicidade almejada por tôda a vida; fazendo da terra o céu e Jorge agora a tem bem perto dêle. Cláudia é seu anjo, sua espôsa! Impossível achar um casal mais venturoso!” (GRANDE HOTEL, 1965, p. 52). Concluindo assim, que o amor surge e une-se aos interesses financeiros. Em outras palavras, o amor é a tônica principal das fotonovelas.

Assuntos como desquite, divórcio, aborto, filhos, parentes, casa, desilusão, interesse financeiro podem ser abordados quando pensamos sobre o casamento, mas notamos que no caso da revista *Grande Hotel*, esses temas vão ser discutidos em algumas seções específicas de algumas edições. Nas fotonovelas estas questões aparecem na maioria das vezes camufladas, sendo que o elemento central trabalhado era o sentimento do amor e a forma como este aparece entrelaçado ao ideal do casamento.

Considerando os relatos das leitoras de fotonovelas e suas experiências com a leitura das fotonovelas, percebemos que de alguma forma estas mulheres se apropriavam dos enredos românticos que liam, sendo que em sua maioria as narrativas terminavam com um “final feliz” e com a realização do casamento. Isso contribuiu para que as leitoras também aspirassem uma vida parecida com as das fotonovelas, já que as jovens da década de 1960 em sua maioria eram educadas e preparadas para o casamento como algo natural e inquestionável.

Assim, as revistas de fotonovela como outras revistas femininas da época vão contribuir para que o público leitor fosse informado por seus conteúdos e ao mesmo tempo se sentissem modernas por meio da aquisição dos produtos dos anúncios publicitários que apareciam em todas as edições. Ainda, esse tipo de revista colaborou para fortalecer o imaginário individual

e coletivo da mulher romântica, já que a leitura de romances proporcionava às leitoras um mundo de sonhos, de fantasias na espera de um amor eterno e de uma felicidade completa que se concretizaria com a realização e a manutenção do casamento.

Mesmo sendo perceptível que a produção da revista *Grande Hotel* se baseou na apropriação de fotonovelas europeias, trazendo elementos (in)visíveis em sua visualidade que gerassem estranheza ou apontassem até desejos de tornar-se como uma das mocinhas, o fato é que as dissonâncias sustentadas no hibridismo cultural (na forma de representação visual, textual e comportamental) não afetou o sucesso de venda. Pelo contrário, as entrevistas mostraram o quanto era importante este tipo de consumo para elaborar o imaginário individual e coletivo do sujeito feminino.

É necessário deixar claro que as representações das relações amorosas das fotonovelas da *Grande Hotel*, assim como, dos papéis sociais desempenhados na revista *Grande Hotel* não podem ser tomados como uma “verdade absoluta” e que agradava todas as pessoas. Lendo a revista, as consumidoras poderiam interpretar ou desejar que o casamento fosse como uma solução para todos seus problemas e que estariam protegidas ao lado de um príncipe encantado. Por outro lado, as mulheres que compartilhavam as ideologias pregadas pela *Geração Beat*, elas prezavam por uma maior liberdade sexual, de pensamento e de interesses. Elas não se restringiam somente à opção de casar, cuidar da casa, do esposo e dos filhos. Essas mulheres buscavam questionar os discursos sociais que defendiam maior liberdade ao homem, cabendo à mulher o espaço do lar e dos afazeres domésticos. Assim, podemos inferir que outras mulheres da década de 1960 também possuíam esses ideais de liberdade. No entanto, as revistas voltadas ao público feminino, como a *Grande Hotel*, buscavam reforçar um discurso machista de que a mulher deveria ser submissa, aceitar seu destino e cumprir com os deveres impostos aos papéis de mães e de esposas. Isto é, deixando de lado ou projetando para um segundo plano, os anseios pessoais e profissionais.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Vera Teixeira. A leitura em sua Dimensão Histórica e Social: as competências do leitor. **Ciências e Letras**. N. 20, 1997.

AUGUSTO, Celina Vivian Lima. **O gênero cinematográfico commedia all italiana**: uma proposta de estudo. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

ALMEIDA, Sabrina; SERTÃ, Ana Luísa. “Ensaio sobre a Dádiva”. In: **Enciclopédia de Antropologia**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. Disponível em < <http://ea.ffch.usp.br/obra/ensaio-sobre-dadiva>>. Acesso em 23/03/2020

ALVES, Ana Carla Farias; ALVES, Karina. As trajetórias e lutas do movimento feminista no Brasil e o protagonismo social das mulheres. In: **VI Seminário CETROS**. Neodesenvolvimento, Trabalho e Questão Social. Fortaleza, 2013.

ANSELMO, Zilda Augusta. **As histórias em quadrinhos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

ARAÚJO, Maria de Fátima. Amor, casamento e sexualidade: velhas e novas configurações. **Psicologia: Ciência e Profissão**. Vol. 22. N. 2. Brasília, 2002.

ARKENSMIT, Franklin Rudolf. **A escrita da história**: a natureza da representação histórica. Londrina: Eduel, 2016

ARQUIVO PÚBLICO ESTADO DE SÃO PAULO. **Jornais e Revistas**. Disponível em < [http://www.arquivoestado.sp.gov.br/site/acervo/repositorio\\_digital/jornais\\_revistas](http://www.arquivoestado.sp.gov.br/site/acervo/repositorio_digital/jornais_revistas)>. Acesso em 03 de agosto de 2020

AZAMBUJA, Cristina Spengler. O papel social da mulher brasileira nas décadas de 30 a 60, retratada através das propagandas veiculadas na revista O Cruzeiro. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 3, n. 1, p. 83-92, 2006. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/issue/view/74/sh>

AZEVEDO, Lia Calabre de. **No tempo do Rádio**: Radiodifusão e Cotidiano no Brasil. ( 1923-1960). Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2002.

AZEVEDO, Lia Calabre de. Rádio e imaginação: no tempo da radionovela. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Tradutora Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D’água, 1981.

BENCHIMOL, Ana Paula Fogaça; UMBACH, Rosani; VARGAS, Andrea Quilian de. A mulher nos anos 60: Frágil ou subversiva? **Literatura e Autoritarismo** (UFSM), v 1, p. 82-92, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977



- BARRETO, Luciano Silva. **Evolução histórica e legislativa da família**. Série Aperfeiçoamento de Magistrados 13. 10 Anos do Código Civil - Aplicação, Acertos, Desacertos e Novos Rumos Volume, 2011
- BARTHES, Roland. “A retórica da imagem”. In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: COSTA LIMA, Luiz (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 5a. Edição. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BASSANEZI, Carla Beozzo. **Virando as páginas revendo as mulheres: revistas femininas e relações homem -mulher; 1945-1964**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- BASSANEZI, Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mari. **História das mulheres no Brasil**. 2ed. São Paulo: Contexto, 1997.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica: Ensaio sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense. 3ed, 1987
- BIBLIOTECA NACIONAL DIGITAL. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/acervo-digital/jornal-mocas/111031>. Acesso em 21 de Julho de 2020
- BOURNEF, Roland. O universo do romance; tradução José Carlos Seabra Pereira. Coimbra: Livraria Almeida , 1997
- BROCH, Caroline; GARCIA, Valdenei Gomes. O conceito de indústria cultural no contexto das novas tecnologias. **Revista Unifamma**, Maringá, v.12, n.1, p.18-32, ago/2013
- BURKE, Peter. Hibridismo cultural. São Leopoldo: Unisinos, 2008
- BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990.
- CALABRE, Lia. No tempo das radionovelas. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, Póscom-Metodista, a. 29, n. 49, p. 65-83, 2º sem. 2007
- CALABRE, Lia. A era do rádio: memória e história. **ANPUH – XXII Simpósio Nacional da História – João Pessoa**, 2003.
- CAMERA, Patrícia. A fotografia sob a perspectiva da construção social da tecnologia. **Mouseion**, n. 15, ago. 2013, p. 45-66. ISSN 1981-7207
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Miguel Hidalgo: GRIJALBO, 1989
- CANDIDO, Daniela Maria Nazaré da Silva. A Leitora dos anos dourados e a leitura de fotonovelas. **Revista Travessias**, V. 4, n. 2, 2010.
- CARDOSO, João Batista. Hibridismo cultural na América Latina. In: **Itinerários**, Araraquara, n. 27, p. 79-90, jul./dez, 2008.

CARDOSO, Elizangela Barbosa. Entre o Tradicional e o moderno: os femininos na revista vida doméstica. **Niterói**. v. 9, n. 2, p. 103-134, 1. Sem. 2009

CARDOSO, Marcus André de Souza; Nascimento, Raysa. O dom e a dádiva entre parteiras do Amapá: uma abordagem etnográfica. **Saúde Soc**. São Paulo, v. 28, n., p. 235-249, 2019

CARVALHO, Francisco Vanderlei de. Casamento e prova do casamento. **Jus.com.br**, 2017. Disponível em <https://jus.com.br/artigos/57808/casamento-e-prova-do-casamento/1>. Acesso em 02/07/2019.

CARPENEDO, Caroline; KOLLER, Sílvia Helena. Relações amorosas ao longo das décadas: um estudo de cartas de amor. In: **Interação em Psicologia**, 2004, 8(1), p. 1-13

CERTEAU, Michel de. **A escrita da História**; tradução de Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CUNHA, M. T. S. Mulheres e romances: uma intimidade radical. Caderno Cedes, Campinas, v. 19, n. 45, p. 101- 108, 1998

CUNHA, Karenine, Miracelly Rocha da. Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica. In: **Intercom**- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Santos, 2007.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**. Lisboa: Bertrand/Difel, 1990

COELHO, TEIXEIRA. **O que é Indústria Cultural**. Coleção Primeiros Passos, vol 08, São Paulo, Editora Brasiliense, 16ª ed., 1993.

COSTA, Gley P. **O amor e seus labirintos**. Porto Alegre: Artemed, 2007.

CREMONESE, Bárbara. **Vozes silenciadas**: as mulheres da geração beat. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Unidade Acadêmica Especial de História e Ciências Sociais, Programa de Pós Graduação em História, Catalão, 2018.

DARNTON, Robert. História da Leitura. In BURKE, Peter. **A Escrita da História**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

DARNTON, Robert. **O grande massacre de gatos**: e outros episódios da história cultural francesa. São Paulo: Graal, 2011

DELGADO, Luís Mário. 40 anos do divórcio no Brasil: uma história de casamentos e florestas. **Consultório Jurídico**, 2017, p.1. Disponível em <http://www.conjur.com.br>

DEL PRIORE, Mary. **História do amor no Brasil**. Rio de Janeiro: Contexto, 199

DONOFRIO, Salvatore. Dicionário de cultura básica/Romance. In: **Dicionário de Cultura Básica**, 2011. [https://pt.wikisource.org/wiki/Dicion%C3%A1rio\\_de\\_Cultura\\_B%C3%A1sica/Romance](https://pt.wikisource.org/wiki/Dicion%C3%A1rio_de_Cultura_B%C3%A1sica/Romance).

FIGUEIREDO JUNIOR, Paulo Matias de; Faria Junior, Vitor Celso Melo de. O primeiro amor não morre: apontamentos sobre a reconfiguração das fotonovelas na atualidade a partir dos

Tableaux Vivants e dos Memes. **Temática**, Revista eletrônica de publicação mensal, v. 14, n. 7, p. 173- 188, 2018.

FILMES FRANCESES FOTONOVELAS. [S.l.:s.n.], n. 10, jan. 1961. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-897708658-revista-filmes-franceses-n-10-1961-aconteceu-em-veneza-JM>. Acesso em: Acesso em 20 de Julho de 2020.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaio para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: São Paulo: Relume Dumará, 2009.

FREITAS, Priscila de; REIS, Suzéte da Silva. A inserção da mulher no mercado de trabalho e a ampliação da participação no espaço público. **In: XII Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea.** ( UNISC), 2016.

GASPARI, Leni Trentim. **Imagens nas “Gêmeas do Iguçu” nos anos 40 e 50.** União da Vitória: Kaygangue, 2005.

GAZOLA, Marina Bertani. **De prostituta a escritora**: considerações sobre a participação das mulheres na geração Beat a partir das memórias de Bonnie Bremser. Dissertação ( Mestrado em Letras)- Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017

GAZELE, Catarina Cecin. **Estatuto da mulher Casada**: uma história dos direitos humanos das mulheres no Brasil. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Espírito Santo, 2005.

GRISOLIO, Lilian Marta. Uma revista em Guerra: a revista o Cruzeiro nos primeiros anos da Guerra Fria no Brasil. **OPIS**, Catalão- GO, v. 14, n. especial, p. 476- 494, 2014.

GUIMARÃES, Edgard. Uma caracterização ampla para a História em Quadrinhos e seus limites com outras formas de expressão In: artigo apresentado no **Intercom** 1999- Rio de Janeiro, 1999

GURGEL, Raquel Torres. A mulher de Capricho: uma análise do perfil das leitoras através dos tempos. **Estudos semióticos.** vol. 6, no 1 p. 94-106 junho de 2010 [www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es](http://www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es)

HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e indústria cultural**: estudo de uma forma de literatura sentimental para milhões. Petrópolis: Vozes, 1974

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação.** Tradução: William OLIVEIRA e Daniel MIRANDA - Editorial: PUC-Rio: Apicuri. Rio de Janeiro, 2016

HOUAISS, Antônio. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: objetiva, 2004

HOHLFEDT, Antônio. A fermentação cultural da década brasileira de 60. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 11, Dezembro 1999.

JOANILHO, André Luiz; JOANILHO Mariângela Peccioli Galil. **Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural.** Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 28, N° 56, p. 529-548, 2008

KORFMANN, Michael. O romantismo e a semântica do amor. In: **Fragmentos**, número 23, p. 083/101 Florianópolis/ jul - dez/ 2002

KROETZ, Itiana Daniela; GAI, Eunice T. Piazza. O Jornal das senhoras e a busca pela emancipação moral e intelectual da mulher brasileira. In: **Literatura, Comparatismo e Crítica Social**- Fevereiro de 2015- ISSN 1679- 849X

KRUMMENAUER, Carine. **Da Fotografia ao desenho: Análise de minha produção entre 2013 e 2015.** Monografia (Curso de Artes visuais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2015.

LANNA, Marcos. Nota sobre Marcel Mauss e O Ensaio sobre a dádiva. **Rev. Sociol. Política**, Curitiba, 14: p. 173-194, jun, 2000.

LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

LIMA, Sandra Lúcia Lopes. Imprensa Feminina, Revista Feminina. A Imprensa Feminina no Brasil. In: **Projeto História**, São Paulo, n.35, p. 221-240, dez. 2007.

MACHADO JÚNIOR, Cláudio de Sá. **Fotografias e códigos culturais** : representações da sociabilidade carioca pelas imagens da revista Careta (1919-1922). 2006. 145 f. Dissertação (Mestrado em História) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

MANINI, Miriam Paula. **O verbal e o visual no caso do foto-romance.** Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes, Campinas, SP, 1992

MARTINS, Paulo Henrique. A sociologia de Marcel Mauss: Dádiva, simbolismo e associação. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73, Dezembro 2005: 45-66

MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia á História: folheando páginas revisteiras. **História**. São Paulo, 2003, vol, 22, n. 1 pp 59 - 79

MAUAD, Ana Maria. Através da Imagem: Fotografia e História Interfaces. **Tempo**, Rio de Janeiro, vol 1 N. 2, 1996, p. 73- 98

MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **Annals of Museu Paulista**. v. 13. n.1. Jan- Jun. 2005.

MAUAD, Ana Maria. Sobre as imagens na História, um balanço de conceitos e perspectivas. In: **Revista Maracanã**, publicação dos docentes do PPGH-UERJ, vol. 12, n.14, p. 33-48 jan/jun 2016

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. In: **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, nº 45, pp. 11-36 - 2003.

MENEZES, Maria Célia de. O mito do amor romântico. **Fragmentos de cultura**, Goiânia, v. 17, n. 5/6, p. 539- 572, maio/jun. 2007.

MEURER, Monique. Moda e Modos: a emilidade na revista A Cigarra nos anos de 1940. **8º Colóquio de Moda**, 5 Edição Internacional, 2012, Rio De janeiro. Em Moda Escola de Empreendedores, 2012.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. As “mocinhas heroínas” das fotonovelas da Revista capricho. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 24(1): 406 janeiro-abril/2016.

MIGUEL, **Fotonovelas e leitoras**: um romance. Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia. Florianópolis, 2014.

MORAES, Maria Laura Brenner. Stuart Hall: cultura, identidade e representação. **Revista Educar Mais**. V. 3, nº 2, 2019.

MORAES, Patrícia Canabarro Coelho de; MARTELLI, Andréa Cristina. Jornal das Moças: as enunciações midiáticas e a noção de gênero e imaginário feminino no século XX. In: **Travessias**. 11, n 3 (2017)

MOURA, Ranielle Leal. História das Revistas Brasileiras – informação e entretenimento In: **VIII Encontro Nacional de História da Mídia**. Unicentro, Guarapuava PR 28 a 30 de 2011.

MURAKAMI, Mariane Harumi. **Da Fantasia ao Transmídia**: modernização do Gênero telenovela brasileira. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicação e Artes- Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015.

NIKITIUK, Sonia M. Leite (Org). **Repensando o Ensino de História**. São Paulo: Cortez, 2001.

OLIVA, Alfredo dos Santos; Romanello, Jorge Luiz. A revista O Cruzeiro e as primeiras memórias da revolução de 1930 no Brasil. In: **Ciencias Sociales y Educación**, Vol. 4, Nº 8 Julio-Diciembre de 2015, Medellín, Colombia, 2015

PENHA, Pamela Cristina da. **Revista Grande Hotel**: afirmando e construindo valores – sua trajetória, fotonovela e o feminino (1975- 1980). Dissertação (Mestrado em História)- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2017

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Em busca de outra história: imaginando o imaginário. **Revista Brasileira de História**. São Paulo. V. 15, n. 29, 1995.p. 9-27

PERROT, Michele. A vida em família. **História da vida privada**: da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

PIOL, João. Acervo João Piol: Revistas de Fotonovela. Disponível em: <<http://joapiol.blogspot.com/>>. Acesso em 20 de Julho de 2020.

PUGA, Vera Lúcia. Casar e separar: dilema social histórico. **Revista Esboços**: histórias em contextos globais. Universidade Federal de Santa Catarina. V. 14, n. 17, 2007.

SAMPAIO, Isabel Silva. **Para uma memória da leitura**: a fotonovela e seus leitores. Tese de Doutorado. Campinas, UNICAMP, 2008.

SANTAELLA, Lucia. Uma imagem, é uma imagem, é uma imagem. Tríade: comunicação, cultura e mídia. Sorocaba, SP, v. 3, n. 5, p. 10-19, jun, 2015

SANTAELLA, Lucia. O homem e as máquinas. In: DOMINGUES, D. (Org.). **A arte no século XXI; A humanização das tecnologias**. São Paulo: Editora da UNESP, 1997.

SANTOS, Adrian Porto. et al. Fotonovela “A Fogueira”. **Intercom**- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXII. Prêmio Expocom 2015- Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação.

SANTOS, Dominique Vieira Coelho dos. Acerca do Conceito de representação. **Revista de Teoria da História**. Universidade Federal de Goiás, Ano 3, Número6, Dez/2011

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2016.

SCHAFF, Adam. **História e verdade**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SERPA, Leoní. **A máscara da modernidade**: a mulher na revista O Cruzeiro (1928 – 1945). Dissertação ( Mestrado em História), Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2003.

SERPA, Leoní A contribuição de O Cruzeiro para com o jornalismo brasileiro (1928-1945). **Intercom** - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação V Congresso Nacional de História da Mídia - São Paulo - 31 maio a 02 de junho de 2007

SILVA, Ursula Rosa da Silva; SOARES, Diego dos Santos Soares. O JORNAL DAS MOÇAS: Uma narrativa ilustrada das mulheres de 30 a 50 e sua passagem por pelotas nas décadas. In: **XVI Seminário de História da Arte**. Pelotas, 2018.

SILVA, Glayse Ferreira Perroni da. A mensagem visual nos anúncios publicitários. **Cadernos de Letras da UFF** – Dossiê: Palavra e imagem no 44, p. 329-346, 2012

SILVA JÚNIOR, Ailton da Costa.. O Cinema Novo Brasileiro e Representações Sociais: Diálogos entre a Sétima Arte e Sociologia. **Sinais** (UFES), v.2, p. 109- 125, 2015

SPICALSKI, Cristiane. **Leitoras de fotonovela**: a formação do Imaginário feminino através da representação e apropriação dos romances. Ponta Grossa, 1965- 1975. (Monografia )- Curso Bacharelado em História - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2007

TRIGO, Maria Helena Bueno. Amor e Casamento no Século XX. D'INCAO, Maria Angela (org.). **Amor e Família no Brasil**. São Paulo, Contexto, 1989, pp.88-94.

VALERIO, Maristela. S; TEIXEIRA, Níncia Ribas Borges. A “nova mulher”: o estereótipo feminino representado na revista Nova/ Cosmopolitan. **Verso e Reverso**. Ano XXII- 2008/1- n. 49.

VEYNE, Paul Marie. **Como se escreve a história**; Foucault revoluciona a história. Lisboa: edições 70, 1987.

WATT, Ian. **A ascensão do romance**: estudos sobre Defoe, Richardson e Fielding. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

WHITE, Hayden. **Trópicos do Discurso**: Ensaios sobre a Crítica da cultura/ Trad. Alípio Correia de Franca Neto. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

ZAPPONE, Mirian Hisae Yaegashi. Estética da Recepção. **BONNICI, Thomas e ZOLIN, Lúcia Osana** ( orgs). Teoria literária: Abordagem histórica e tendências contemporâneas 3 ed. Maringá: Eduem, 2009. Cap. 8, p. 153- 162.