



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"*

Fotonovelas e leitoras: um romance¹

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto²

Professora do Departamento de Psicologia/UFSC

Pós doutora pela Paris 7 – Paris Diderot

Doutora em Ciências Humanas /UFSC

Resumo

Este trabalho tem como objetivo discutir o lugar ocupado pelas fotonovelas entre mulheres que viveram sua juventude ao longo das décadas de 1950 e 1960 no Brasil. As décadas citadas foram o auge das fotonovelas no Brasil. Sua leitura, assim como a de outras revistas femininas, ajudava a integrar as mulheres na sociedade urbana, divulgando modos e modas a serem seguidos e copiados. Ao mesmo tempo, proporcionava-lhes momentos de fuga, verdadeiras válvulas de escape necessárias à manutenção da paz nos lares. O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas com final feliz lhes possibilitava momentos de alento e liberdade das obrigações de filha, mãe, esposa e dona de casa. Dessa forma, busco abordar a participação das fotonovelas na construção de subjetividades e de determinados modos de ser homem e de ser mulher.

Palavras-chave: história da mídia impressa; fotonovela; leitura; gênero; história das mulheres

¹ Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Impressa, integrante do 5º Encontro Regional Sul de História da Mídia – Alcar Sul 2014.

² Possui graduação e mestrado em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina. Doutora em Ciências Humanas pela mesma universidade. Pós-doutora pela Université Paris Diderot - Paris 7. Docente do curso de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Pesquisadora vinculada ao Laboratório de Estudos de Gênero e História, ao Instituto de Estudos de Gênero e ao Laboratório de Psicologia Educacional e Escolar (UFSC) e ao Laboratoire Identités, Cultures, Territoires (Université Paris Diderot - Paris 7). raquelbarros@hotmail.com

Spaghetti com açúcar: um pouco de história

A fotonovela surgiu na Itália³, após a Segunda Guerra Mundial, como um subproduto do cinema. Devido a dificuldades econômicas para a divulgação e produção de obras cinematográficas, foram criadas revistas com resumos de filmes, que ficaram conhecidas como cine-romance. Nessas revistas, eram expostas algumas fotos de filmes, devidamente legendadas, criando-se, assim, uma história resumida e ilustrada do filme em questão. Partiu de alguns editores, como Cino Del Duca, a idéia de fazer cine-romance sem, necessariamente, ser o resumo de um filme em cartaz no cinema. A partir desse momento, a produção de revistas de fotonovelas deslanchou, expandindo-se, no ano de 1949, para a França, passando a ser, na seqüência, exportado para países de língua francesa, para a América Latina e para a África do Sul.

As revistas de fotonovela chegam ao Brasil na década de 1950. A primeira surge em 1951, sob o título Encanto, publicada pela editora Artes Gráficas do Brasil. No mesmo ano, a revista Grande Hotel (Editora Vecchi), que publicava desde 1947 histórias desenhadas, de cunho mais sensual e erótico, passa a trazer, em suas edições, fotonovelas em capítulos.

Em 1952 a revista Capricho é lançada, entrando no mercado das revistas de fotonovelas com a novidade de trazer uma história completa em cada edição, e não aos capítulos, como suas concorrentes. O lançamento da Capricho contou com uma grande campanha publicitária, com investimento em *jingles* e *slogans* no rádio, jornais e em outras revistas. De uma maneira mais ostensiva, a campanha publicitária lançou mão ainda de enviar, a um certo número de pessoas selecionadas na lista de endereços, uma revista e uma carta, que continha o seguinte texto: “(...) Rica leitura para o lar, presente magnífico para a mãe, para a esposa e para a filha. (...) É que Capricho é a revista ideal para a mulher. Primorosamente impressa apresenta em cada número uma fotonovela completa, contos românticos, conselhos de beleza e modas, além de uma enorme variedade e temas de grande interesse feminino.”⁴

³ As informações acerca da história da fotonovela foram extraídas, em sua grande parte, de um livro referência neste tema: HABERT, Angeluccia Bernardes. **Fotonovela e Indústria Cultural: estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões**. Petrópolis: Vozes, 1974.

⁴ Informação encontrada em HABERT, Angeluccia Bernardes, Op Cit, p.34.

Desde então, o mercado de revistas de fotonovela no Brasil só fez crescer. Em 1967, por exemplo, quatro grandes editoras (Abril, Casa Editora Vecchi, Rio Gráfica e Bloch) colocavam juntas, no mercado, 19 revistas de fotonovela. Com relação à vendagem, as revistas de fotonovelas só ficavam atrás das revistas em quadrinhos. A Capricho, por exemplo, só vendia menos que o Pato Donald, Mickey e Tio Patinhas.

Entre as revistas de fotonovela publicadas no Brasil, possuíam mais destaque Capricho, Grande Hotel e Sétimo Céu. Destas, a primeira é que apresentava maior vendagem. O fato de a revista Capricho ter sido a primeira do gênero a publicar fotonovelas inteiras em uma mesma edição, certamente foi um dos grandes motivos de seu sucesso.

A fotonovela apresentava-se como um filão de mercado, e a editora Abril soube explorar esse momento. Além da revista Capricho, ela publicava, também, outras revistas que tinham a fotonovela como carro-chefe, são elas: Ilusão, Contigo, Noturno e Supernovelas Capricho. Esta última compreendia um suplemento bimestral de Capricho. Na edição de março de 1966 da revista Capricho, por exemplo, está presente uma propaganda deste suplemento. O anúncio diz: “Extra! Extra! Pela primeira vez 1200 fotos numa fotonovela! Um lar ameaçado pelo drama da traição! A luta dramática de Catarina em defesa de seus princípios! Procure nas bancas! Não perca a mais empolgante história de amor de todos os tempos! Inédita! A maior fotonovela de todos os tempos! Mais de 1000 fotos! 100 páginas!” (p. 74, 75). O anúncio é ilustrado por duas grandes fotos, em cada uma há um casal, em uma delas ele está abraçado, na outra a moça repele o rapaz.

A grande maioria das fotonovelas publicadas nas revistas brasileiras era italiana ou francesa. A produção de uma fotonovela era bastante onerosa, por este motivo as editoras brasileiras preferiam importá-las a produzi-las. Apenas a editora Bloch (Sétimo Céu) produzia com regularidade suas próprias fotonovelas. Para tornar tal empreendimento economicamente viável, a revista contava com a participação de ídolos da televisão em suas histórias, assim como utilizava hotéis e restaurantes como cenário, fazendo *merchandising*, mesmo que discreto, destes. Na revista Capricho, entre as vinte fotonovelas por mim analisadas⁵, nenhuma delas foi produzida no Brasil. Em apenas

⁵ Este texto é resultado de minha tese de doutorado intitulada “A revista Capricho como um lugar de memória (décadas de 1950 e 1960), defendida em 2009 no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas/UFSC.

uma delas a narração dizia que a história se passa em São Paulo, mas os atores, as atrizes, o cenário e as locações mostravam que isso não era verdade. Encontrei, porém, entre as propagandas da edição da Capricho de junho de 1961, a chamada para uma fotonovela brasileira que seria publicada na edição do mês seguinte. O anúncio diz: “Nossa próxima atração! Os famosos astros do teatro, cinema e da televisão, pela primeira vez reunidos para interpretar uma fotonovela! Jardel Filho e Irma Alvares em: O palco da vida. Uma emocionante fotonovela brasileira, produzida especialmente para Capricho. Produção e direção de Domingo Alzugaray. Uma grande história! Um grande elenco! Um grande diretor! Uma grande fotonovela! Você não pode perder o próximo Capricho.” (p.104) Como ilustração, há uma foto de Jardel Filho beijando Irma Alvares na boca.

Pelo anúncio pode-se deduzir que esta seria a primeira fotonovela brasileira a ser publicada na revista. É possível constatar também que de fato recorrer à presença de atores que fizeram fama nas telenovelas servia como um chamariz para atrair o interesse do público para a leitura de fotonovelas produzidas no Brasil. Esta relação entre fotonovela e televisão está presente ao longo da revista, como pôde ser visto no primeiro capítulo, quando foi apresentada a estrutura da revista Capricho. É intensa a presença de atores e atrizes em matérias espalhadas pelas páginas da revista. Certamente a presença de atores e atrizes brasileiros chama a atenção do público, mas isso não faz com que as fotonovelas importadas tenham menos sucesso. As leitoras (são predominantemente mulheres as leitoras de fotonovelas) criam uma relação de admiração, afeto e idolatria pelos intérpretes estrangeiros (geralmente italianos), elegendo seus favoritos, procurando as fotonovelas que tragam seus ídolos do “além-mar” como protagonistas. Figuras como Sandro Moretti, Paola Pitti, Franco Dani, Franco Gasparri, Germano Longo fizeram parte do imaginário de muitas mocinhas durante os anos 1950, 1960 e 1970.

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. Dessa forma, uma vez que a fotonovela era considerada um “produto de exportação cultural”⁶, procurava-se produzi-la da maneira mais neutra possível, facilitando, assim, sua adaptação nos mais diversos países para os quais ela fosse exportada.

As fotonovelas eram produzidas visando seu público alvo: as mulheres. O que não quer dizer que este gênero não despertasse também o interesse de um público do sexo masculino. Na pesquisa de doutorado sobre fotonovelas de Isabel Sampaio⁷, por exemplo, das 11 pessoas, leitoras de fotonovelas em sua juventude, por ela entrevistadas, quatro eram homens. Porém, não resta dúvida de que as grandes consumidoras de revistas de fotonovelas eram as mulheres.

Com relação ao nível sócio-econômico das leitoras de fotonovelas, Habert (1974) apresenta uma pesquisa que constata que a maior parte das leitoras encontra-se entre os estratos B e C. O critério utilizado, nesta pesquisa, para a estratificação, foi a posse de aparelhos eletrodomésticos (classe A: de 7 a 9 aparelhos; classe B1: de 5 a 6, classe B2: de 3 a 4; classe C: de 0 a 2) . O resultado de uma pesquisa realizada pela revista Capricho, em 1959, a respeito de seu público foi: classe A: 12,3%, classe B1: 24,1%, classe B2: 32%, classe C: 31,6%.

Tais dados podem ser corroborados quando nos deparamos com a informação de Ecléa Bosi⁸ de que as revistas sentimentais eram a leitura preferida pelas operárias por ela entrevistadas na década de 1970, sendo a Capricho a referendada com maior frequência.

⁶ HABERT, Angeluccia Bernardes. Op. Cit.

⁷ SAMPAIO, Isabel Silva. **Para uma memória da leitura: a fotonovela e seus leitores**. Tese de Doutorado. Campinas, UNICAMP, 2008.

⁸ BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular**: leituras de operárias. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

Habert enfatiza, em seu livro, que além de serem voltadas para mulheres de baixa renda, as fotonovelas são dirigidas para mulheres com pouca escolaridade.⁹ Pensando nas três mulheres por mim entrevistadas, assim como nas pessoas entrevistadas por Sampaio em sua pesquisa de doutorado, fico tentada a pensar que talvez realmente elas fossem consumidas mais por pessoas de camadas médias e populares, mas com relação à escolaridade, não creio que isso proceda. Tenho, comigo, a hipótese de que essas revistas possam ter circulado com mais força em cidades interioranas, especialmente pelo fato de as “modernidades”, como televisão e cinema, demorarem mais para chegar a esses locais.

É certo que a revista Capricho, assim como as demais que tinham a fotonovela como carro-chefe, era alvo de preconceito, uma vez que as fotonovelas nela publicadas eram taxadas de subliteratura, bobagem, leitura vazia, leitura de mulher e, ainda, de uma maneira pejorativa, leitura de empregada doméstica. Faço aqui uma especulação: não seria talvez justamente o fato de serem revistas onde são abordados temas como amor, romance, algo estabelecido como pertencente ao universo feminino; um dos motivos para as fotonovelas serem vistas como algo de menor importância? Por que o termo “leitura de mulher” é utilizado como um adjetivo negativo? Por que algo é depreciado por ser uma “leitura de mulher”? Seguindo nesta linha de raciocínio, nem sempre a leitura de romances, incluindo aí as fotonovelas, era bem vista pelos pais e educadores. Dessa forma, desvalorizar a imagem deste gênero de revistas poderia ser uma tentativa de fazer com que moças e mulheres de família se mantivessem distantes de qualquer coisa que pudesse desvirtuá-las dos papéis que lhes eram incumbidos: ser uma boa esposa e uma boa mãe.

Independente de quem fossem suas leitoras — pois certamente uma revista que chegou a vender 500 mil exemplares em uma única edição, como é o caso da Capricho, pode ser tida como uma revista que ultrapassa qualquer barreira de classe social ou econômica — as editoras preocupavam-se em mantê-las e em conquistar novas adeptas. A receita era inovar, mas sem grandes mudanças. As editoras preocupavam-se tanto em manter as revistas como uma “cachacinha” para as antigas leitoras quanto em incorporar jovens leitoras.¹⁰ Algumas modificações puderam ser percebidas nas fotonovelas publicadas entre o início dos anos 1950 e o final dos anos 60, especialmente acerca do

⁹ HABERT, Angeluccia Bernardes. Op.Cit.

¹⁰ Ibidem

linguajar empregado pelos personagens e da qualidade das fotos utilizadas pelas histórias.

As fotonovelas deixaram de ser publicadas na Capricho no ano de 1982. Edgard Bohn, em sua pesquisa de mestrado, levanta a hipótese de que o enfraquecimento do dialogismo¹¹ existente entre as histórias veiculadas pelas fotonovelas e os demais textos publicados pela revista em questão, seria uma das causas que explicaria o fim da publicação de fotonovelas pela Capricho.¹² Aliado a esta questão, é possível citar também tanto o acirramento do mercado editorial de revistas de fotonovelas, quanto o surgimento das telenovelas no final da década de 1960.

Tendo como base este histórico a respeito da fotonovela, é possível perceber o furor que esse tipo revista causou entre jovens dos anos 1950 e 1960 (e também dos anos 1970 e 1980), enfatizando a forte presença deste gênero de revistas no cenário editorial brasileiro. Entretanto, apesar de as revistas de fotonovela terem sido um fenômeno que marcou uma época, é exígua a produção de trabalhos científicos a respeito deste tema. Penso que um dos motivos seja o fato de a fotonovela carregar consigo os estereótipos citados anteriormente (subliteratura, leitura vazia...), dessa forma, não seria digna de ser alvo de um trabalho acadêmico. As fotonovelas estão no rol do que Certeau¹³ classificou como cultura ordinária, ou seja, a cultura daqueles considerados sem cultura. Esse tipo de material foi receber atenção do mundo científico apenas após o surgimento e desenvolvimento da Escola dos Annales. Entretanto, mesmo assim, as fotonovelas mantiveram-se no limbo acadêmico.

Fotonovelas e leitoras: um romance

A íntima relação entre leitoras e romances é de longa data, que o digam os romances de folhetim. No século XIX o folhetim ocupava posição de destaque em jornais franceses. Em meados deste mesmo século, este gênero chega ao Brasil de forma

¹¹ Dialogismo é um conceito discutido por Mikhail Bakhtin (BAKHTIN, Mikhail. The Dialogic Imagination: Four Essays by M.M. Bakhtin. Texas: University of Texas Press, 1981) relacionado ao processo de interação que existe entre textos, ou seja, o texto não é visto isoladamente, mas sim correlacionado com outros discursos similares ou próximos. Para este autor, toda linguagem é dialógica. Umberto Eco (ECO, Umberto. Lector in fabula. São Paulo: Perspectiva, 1986) discute esta mesma questão ao utilizar o conceito de intertextualidade.

¹² BOHN, Edgard. **A revista Capricho: imaginário, ficção e realidade**. Dissertação de Mestrado. Universidade Paulista – Comunicação, 2007.

¹³ CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de Fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

arrebatadora e com alcance popular. Entendido como “um modo particular de produção, de criação e de publicação romanesca do século XIX”¹⁴, o romance de folhetim é caracterizado como uma leitura de entretenimento, onde o suspense e o sentimentalismo imperavam. Uma vez que os romances de folhetim aspiravam a ser consumidos por um grande público e de diferentes procedências, eles carregavam consigo particularidades como a simplificação na caracterização de seus personagens, distribuídos de forma maniqueísta ao longo da história. Certamente o público alvo desses folhetins eram as mulheres (possível graças ao aumento da alfabetização feminina observado na mesma época). A relação mulheres e romances está presente, inclusive em obras literárias e na arte, onde as mulheres são retratadas como leitoras vorazes.

Em muito as fotonovelas se assemelham aos romances de folhetim, várias são as heranças por este deixadas, desde aspectos estruturais, até suas leitoras fiéis. A fotonovela, assim como o folhetim, era publicada inicialmente aos capítulos (continuando assim em várias revistas), criando uma aura de suspense e de expectativa envolvendo a leitora. Os temas das histórias também se parecem, sendo comum a seguinte trama: moça pobre, órfã, sofre até alcançar felicidade ao casar-se com um homem, geralmente, belo e rico. Todas as histórias eram recheadas com muita emoção, lágrimas e, acima de tudo, muito amor. O amor, de fato, era a grande estrela: ele tudo supera, ele tudo vence. De acordo com Kothe, a “narrativa cor-de-rosa”, categoria na qual ele insere as fotonovelas, é constituída por dois terços de sentimento e um terço de aventuras (as tramas paralelas que nutrem a trama central que é a história de amor). Dessa forma, a novela cor-de-rosa seria uma “história ‘positiva’, em que prepondera o sentimento, a reprodução sobre a produção, sem que se entre na excitação de cenas íntimas nem na troca de fraldas.”¹⁵ Assim como as diversas matérias, cartas e imagens publicadas na maioria das revistas femininas da época, as histórias de amor consideradas adequadas perpetuam receitas de como bem se comportar, de como ser mulher, com o matrimônio e a indefectível prole decorrente como seus objetivos finais.

Para as jovens solteiras, com menos responsabilidades que suas mães, em meio aos afazeres domésticos, escolares ou profissionais com os quais se ocupavam, a leitura era uma das opções aceitáveis entre (poucas) outras, como o cinema ou os passeios com as amigas. A leitura prendia a jovem e a senhora em casa; podia ser feita nos intervalos

¹⁴ MEYER, Marlyse. **Folhetim**: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p.416.

¹⁵ KOTHE, Flávio. **A narrativa trivial**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994, p.47.

entre o preparo das refeições e praticamente em qualquer lugar com luz suficiente. Embora moralistas alertassem para o fato de que livros podiam “colocar minhocas” na cabeça das mais tolas, era preferível tê-las entretidas dentro do lar que debruçadas na janela ou fofocando por aí, na melhor das hipóteses. Para contornar os perigos, bastava estar atento ao *tipo* de leitura acessível a elas.

A ideia de que o “mundo dos afetos, dos sentimentos e das emoções”¹⁶ é inerente ao universo feminino fez com que os editores apostassem em publicações que a espelhassem. As décadas de 1950 e 1960 foram o auge das fotonovelas no Brasil¹⁷. Sua leitura, assim como a de outras revistas femininas, ajudava a integrar as mulheres na sociedade urbana, divulgando modos e modas a serem seguidos e copiados. Ao mesmo tempo, proporcionava-lhes momentos de fuga, verdadeiras válvulas de escape necessárias à manutenção da paz nos lares. O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas com final feliz lhes possibilitava momentos de alento e liberdade das obrigações de filha, mãe, esposa e dona de casa.¹⁸

Como dito, o amor compreende um “super tema”¹⁹, um traço que todas as fotonovelas têm em comum. Nas vinte fotonovelas que analisei em minha pesquisa de doutorado, o amor está presente em todas. A grande maioria pode ser classificada como uma “história de amor legítima”, nas quais a relação amorosa entre um homem e uma mulher é o tema central. Em outras, mesmo que a trama central não seja em torno de um par amoroso o amor está presente e tem papel determinante, sendo ingrediente indispensável para um final feliz. Segundo Habert, o esquema básico da fotonovela compreende a seguinte operação:

Amor X obstáculo = amor. Onde o amor é construído como uma totalidade, um grande equilíbrio inicial. Os obstáculos (outras forças) rompem este equilíbrio. O amor, entretanto, é uma esfera solvente, dilui todos os problemas e obstáculos e passa a

¹⁶ CUNHA, Maria Teresa Santos. **Armadilhas da sedução**: os romances de M. Delly. Belo Horizonte: Autêntica, 1999, p.25.

¹⁷ As revistas de fotonovela chegam ao Brasil na década de 1950, mantendo relativa popularidade até os anos 1980, quando deixam de ser publicadas. A primeira em 1951, sob o título *Encanto* (editora Artes Gráficas do Brasil). Em 1952 é lançada *Capricho*, com a novidade de trazer uma história completa em cada edição, e não em capítulos como as concorrentes; por este motivo chegou a vender mais de 500 mil exemplares em uma única edição nos anos 1960.

¹⁸ RODRIGUEZ, Simone Meirelles. Leitoras com o coração: usos de leitura dos romances sentimentais de massa. **Revista Letras**, Editora UFPR, n.65, p.23-37, jan./abr. 2005, p.35.

¹⁹ HABERT, Angeluccia Bernarndes. Op.Cit., p.94.

vigorar em toda a sua plenitude. Enquanto o amor é uma força eterna e a-histórica, os problemas e obstáculos são sempre manifestações existenciais.²⁰

Os obstáculos servem como elementos que nutrem as histórias, são eles que as dinamizam e as diferenciam. Entre os obstáculos mais comuns aparecem, por exemplo, a guerra, as calúnias e intrigas, as viagens e as diferenças sociais. Geralmente são os vilões os responsáveis por proporcionarem, ou acentuarem, essas situações de obstáculo. E por falar em vilões, os papéis são definidos desde o início da história, não havendo espaço para mudanças bruscas, ou seja, desde o começo sabe-se quem é bom e quem é mau, obedecendo a um princípio maniqueísta. Dessa forma, a redundância, apontada por Kothe como a lei básica da narrativa trivial, está instaurada nas fotonovelas, fazendo com que “muita coisa aconteça para que nada se altere substancialmente.”²¹

Integração e fuga

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 serviriam como uma forma de apresentar a 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. Conversando informalmente com uma mulher que foi leitora de fotonovelas nos idos dos anos 1950, esta contou que um de seus grandes interesses ao ler uma fotonovela, era observar o modo como as mocinhas se vestiam e os penteados por elas usados para poder, assim, inseri-los em seu repertório cotidiano.

²⁰ Ibiem p.96.

²¹ KOTHE, Flávio. Op.Cit, p.58.

De acordo com Ortiz²², ao longo do tempo as fotonovelas passaram por um processo de nacionalização tanto do texto quanto da linguagem, da estrutura e das temáticas, procurando aproximar-se mais da realidade brasileira e, assim, conquistar maior público. Passou-se, inclusive, a produzir fotonovelas brasileiras, como é o caso da revista Sétimo Céu, tal como foi dito anteriormente. Uma das principais diferenças das histórias publicadas na Europa para as publicadas no Brasil reside na forte presença, naquele continente, de temas relacionados à aristocracia e seus conflitos com os plebeus. No Brasil, por seu turno, essas histórias não alcançavam muito sucesso. Optou-se, então, por explorar a presença de personagens urbanos, industriais, profissionais liberais, empresários; apesar de os heróis, especialmente, manterem alguns traços aristocráticos, como salienta Habert²³. Tal fato pode ser corroborado com a constatação de que, nas vinte fotonovelas analisadas, a grande maioria (quinze) tem como cenário o meio urbano, sendo histórias contadas no tempo presente (apenas quatro das fotonovelas analisadas acontecem em um período histórico diferente da atualidade).

Uma questão interessante se refere ao linguajar empregado nas fotonovelas. Como comentado anteriormente, algumas fotonovelas do final da década de 1960, passaram a adotar uma linguagem mais coloquial, permeada por gírias e expressões “moderninhas” Expressões que, muito provavelmente, uma moça do interior de Minas Gerais ou de Santa Catarina jamais teria ouvido, até se deparar com elas durante a leitura de uma fotonovela. Assim, fica claro o quanto o conteúdo veiculado nessas histórias viajava pelos mais longínquos espaços, apresentando e disseminando entre seus/suas leitores/as novidades da vida moderna e urbanizada, sendo, de fato, para aqueles que as liam uma “janela para o mundo”²⁴.

A segunda função das fotonovelas a qual me referi, diz respeito à evasão que este tipo de leitura poderia proporcionar às suas leitoras²⁵. São várias as autoras que discutem essa possibilidade, utilizando, para tanto, os mais diferentes termos: fuga, evasão, escapismo, fantasia.²⁶

²² ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

²³ HABERT, Angelucia Bernardes. Op.Cit.

²⁴ SAMPAIO, Isabel Silva. Op.Cit, p.105.

²⁵ Utilizo, na maior parte das vezes, a palavra “leitora”, no feminino, por se saber que eram as mulheres as grandes consumidoras das fotonovelas, mas não esqueço que também havia homens que liam essas histórias.

²⁶ Entre elas: HABERT, Angelucia B.. Op.Cit, BOSI, Ecléa. Op.Cit., CUNHA, Maria Teresa Santos. Op.Cit., SAMPAIO, Isabel. Op.Cit., RODRIGUEZ, Simone Meirelles. Op. Cit., RADWAY, Janice A.

Ao ler romances, categoria na qual a fotonovela se enquadra, as mulheres poderiam experimentar sensações diferentes das vivenciadas em seu cotidiano. Assim, a leitura de fotonovelas é tida, por suas leitoras, como uma chance de fugir de sua realidade e embarcar em um mundo de sonhos e fantasias. Encontrando alento nos finais felizes, nas histórias de amor, na felicidade incondicional alcançada da heroína.

Penso que neste momento seja interessante citar duas expressões, de diferentes autores, que se encaixam nesta discussão acerca dos romances como uma porta para sonhos, fantasias, fugas e devaneios. Falo do conceito de “estrutura de consolação” de Umberto Eco²⁷ e de “satisfação compensatória” de Theodor Adorno²⁸. Apesar de estes autores partirem de posições teóricas um tanto diversas, ousou associar estes dois conceitos que, a meu ver, trazem contribuições convergentes acerca do que se está discutindo.

Partindo-se da idéia de que as fotonovelas proporcionam às suas leitoras momentos de prazer e de fuga, ou, como denomina Janice Radway, de relaxamento e escapismo²⁹, é possível afirmar que a leitura dessas histórias propiciaria uma “satisfação compensatória”, uma vez que o ato de ler lhes despertaria a confortável sensação de que aquilo que a realidade não lhes oferece seria possível, ao menos, no campo do imaginário.

Nessa mesma direção, pode-se pensar que estes mesmos romances, ao mesmo tempo em que oferecem uma “satisfação compensatória” às suas leitoras, funcionam como uma “estrutura de consolação”, na medida em que aspectos comuns a esta estrutura como a vitória do bem contra o mal, o heroísmo dos fracos que, com um auxílio do destino, conseguem alcançar a felicidade e o sucesso; propiciam, outrossim, a sensação consoladora de que um final feliz é possível nem que seja, mais uma vez, apenas no mundo da imaginação.

Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature. North Carolina: The University of North Carolina Press, 1991.

²⁷ ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

²⁸ ADORNO, THEODOR. W. A indústria cultural. In COHN, G. **Comunicação e indústria cultural:** leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. São Paulo: Nacional, 1975.

²⁹ RADWAY, Janice .Op.Cit.

Dessa forma, é possível pensar o quanto nas fotonovelas “as leitoras encontravam suas próprias vidas, vividas ou não vividas, idealizadas ou fantasiadas, ou expostas com proximidade e fidelidade documentais.”³⁰ E o quanto, mesmo tendo noção do que era real e do que fazia parte de um mundo imaginário, essas mulheres traziam, para suas vidas reais, o desejo de viverem histórias semelhantes às aquelas que liam.

A necessidade de uma leitura que facilite a fantasia e a evasão é reconhecida por Freud, uma vez que para o pai da psicanálise a imaginação possui uma função gratificadora. Nessa mesma direção, encontra-se a discussão desenvolvida por Campbell acerca da conexão existente entre o romantismo e o espírito do consumismo moderno, onde, para o autor, o maior desejo de um/a consumidor/a moderno não é por um produto em si, mas sim por um romance. Isso se deve ao fato de o/a consumidor/a acreditar que o consumo de certo produto lhe traria a possibilidade de viver experiências até então não vivenciadas na realidade. Sendo as fotonovelas tidas dessa forma como o produto a ser consumido, é possível refletir que o grande motivador do consumo de fotonovelas e de romances em geral seja o fato de estas histórias virem carregadas de sonhos e devaneios românticos, proporcionando gratificação às suas leitoras. Assim, ao ler um romance, a leitora sente-se confortada e gratificada, mas, em seguida, se frustra ao perceber que sua realidade é bem diferente daquela idealizada. O próximo passo é esperar, ansiosamente, pelo próximo capítulo, ou pela próxima revista, a fim de poder experimentar novamente a sensação de satisfação e de realização.³¹ Dessa forma, fica estabelecido o que Baudrillard chama de ciclo de gratificação e frustração, ou, como diz Campbell, o ciclo de desejo-aquisição-desilusão-desejo renovado.³²

O mergulho realizado pelas leitoras nas tramas contadas pelas fotonovelas lhes possibilitava ter um momento só para si, longe de suas obrigações como filha, mãe, esposa e/ou dona-de-casa.³³ Ou seja, uma fuga das suas obrigações domésticas, dos afazeres cobrados por seus pais. Eram suas “horas de liberdade”³⁴.

³⁰ MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.265.

³¹ Nessa direção é interessante relatar o comentário de uma das entrevistadas de Radway, ao afirmar que a leitura de romances era, para algumas mulheres, um vício como o consumo de álcool é para certas pessoas.

³² Discussão muito próxima a esta, em torno da temática de gratificação e frustração, é desenvolvida no capítulo sobre a publicidade. Nas considerações finais discuto a proximidade entre publicidade e fotonovela.

³³ Esta questão é discutida com maestria por RADWAY, Janice A. Op. Cit.

³⁴ RODRIGUEZ, Simone Meirelles. Op.Cit, p.35.

Olhando sob esse viés, é possível pensar na leitura de romances, de fotonovelas, como uma subversão, tal como Radway conta ao revelar que suas entrevistadas viam o ato de ler romances como uma ação combativa:

It is combative in the sense that it enables them to refuse the other-directed social role prescribed for them by their position within the institution of marriage. In picking up a book (...) they refuse temporarily their family's otherwise constant demand that they attend to the wants of others even as they act deliberately to do something for their own private pleasure.³⁵

Se acrescentarmos aí o fato de a leitura de romances ser mal vista e até proibida por muitos pais, escolas e pela Igreja Católica, acredito que o caráter subversivo fica ainda mais evidente. Esta pode ser vista como mais uma herança deixada pelos romances de folhetim às fotonovelas, uma vez que tanto um quanto o outro eram tidos, para muitas pessoas, como algo ameaçador à moral das moças e mulheres de família. Entretanto, mesmo com todas as proibições e críticas aos romances de folhetim e, posteriormente, à fotonovela (tida como uma subliteratura) cada vez mais mulheres eram “capturadas” pelas tramas presentes nos romances. Sampaio³⁶, em sua pesquisa, encontrou, entre as suas entrevistadas, falas que apontavam também para a interdição e crítica à leitura de fotonovelas, seja pelos pais ou pela escola. Assim, tornava-se necessário entre as leitoras encontrarem subterfúgios e estratégias para garantir seus momentos de intimidade com as histórias românticas das fotonovelas, podendo, dessa forma, “construir e afirmar sua identidade e individualidade, e nem sempre de forma “passiva” ou “alienada”, como sempre acreditaram os críticos da dita ‘literatura feminina’.”³⁷

Certamente a quantidade de críticas desferidas às fotonovelas, tal como foi falado anteriormente, associando-a a uma subliteratura alienante, perniciosa e vazia, é muito maior do que a discussão de aspectos positivos que este tipo de leitura possa

³⁵ RADWAY, Janice A. Op. Cit., p.211.

“É combativa no sentido de que as habilita a recusar o outro papel social que lhes é prescrito por sua posição dentro da instituição casamento. Ao escolherem um livro (...) elas recusam temporariamente a de outro modo constante demanda de sua família para que atendam a desejos de outros, mesmo se elas estão deliberadamente fazendo algo para seu próprio prazer.” (livre tradução)

³⁶ SAMPAIO, Isabel. Op.Cit

³⁷ Ibidem, p.88

suscitar. Além de ser um ato de liberdade das atividades cotidianas e de subversão, Sampaio destaca o fato de as fotonovelas, uma vez que proporcionavam momentos de prazer, terem servido como uma porta para o desenvolvimento de um gosto pela leitura, inserindo, em suas leitoras, o hábito desta prática. Dessa forma, diferente de muitos argumentos que afirmam que a leitura de histórias românticas provocaria a alienação intelectual e a massificação de suas leitoras, esta autora traz que ler estas histórias não parece ter diminuído a capacidade crítica das mulheres e homens que consumiam as revistas deste gênero.

Essas questões positivas com relação às fotonovelas trazem, embutidas, a constatação, tão bem discutida por Certeau³⁸, de que a leitura está longe de ser uma atividade passiva.³⁹ As interpretações feitas pelas leitoras, do conteúdo presente nas fotonovelas, não são um processo mecânico, ou seja, as leitoras não são passivas, meras espectadoras apenas absorvendo as mensagens enviadas. As leitoras, então, possuem agência, são como autoras, que estabelecem uma relação ativa com a cultura, permeada tanto por movimentos de aceitação quanto de oposição, confronto e indiferença. Ou, como fala Certeau, a leitora desenvolve uma produção silenciosa, onde coloca no texto lido o seu próprio mundo, transformando (assim como a um apartamento alugado, como sugere Certeau) aquilo que é do outro com elementos de sua própria história, tornando, assim o texto “habitável”.

As revistas de fotonovelas eram facilmente acessadas por suas consumidoras. Mesmo as que não as podiam comprar, por motivos financeiros, as emprestavam de amigas, ou as liam na sala de espera de salões de beleza, de consultórios médicos ou de costureiras. Entretanto não era a grande disponibilidade dessas revistas o principal motivador para a leitura destas histórias, mas sim o prazer e os sonhos que estas

³⁸ CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

³⁹ Acerca desta questão merecem ser citados também os Estudos de Recepção. Nesta área, preconiza-se que é na interação com os receptores que as mensagens ganham sentido, assim, a ênfase recai não sobre o emissor, o texto ou a obra, mas sim nas suas possíveis leituras. Há uma consolidada escola de estudos de recepção de mídia que tem discutido o fato de a leitura não ser uma atividade passiva. Entre seus expoentes estão: Jesus Martin-Barbero (BARBERO, Jesus Martin. **De los medios a las mediaciones**: comunicacion, cultura y hegemonia. México: G. Gili, 1997.), Néstor Garcia Cancline (CANCLINE, Néstor García. **Culturas híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo, Edusp, 1998.), Nilda Jacks (JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica . Porto Alegre: UFRGS, 1999.); Gilka Girardello (GIRARDELLO, Gilka. **Televisão e Imaginação Infantil**: Histórias da Costa da Lagoa. Tese de doutorado. ECA-USP, 1998.). Grande parte destes/as se baseia nas reflexões de Umberto Eco (ECO, Umberto. **The role of the reader**: explorations in the semiotics of texts. London, Hutchinson, 1983) e de Mikahil Bakhtin (BAKHTIN, Mikahil. **The Dialogic Imagination**: Four Essays by M.M. Bakhtin. Texas: University of Texas Press, 1981.).

proporcionavam às suas leitoras. Ao folhear as páginas de uma fotonovela a leitora entrava em contato com outras realidades, e a partir delas a leitora poderia atuar sobre sua própria história, questionando seus hábitos, seus modos. Longe de consumir passivamente, de meramente copiar e reproduzir aquilo que lia e via, a leitora poderia utilizar as informações advindas das leituras em táticas que lhe possibilitassem transformar seu próprio universo⁴⁰.

De onde se conclui a relevante participação da prática de leitura das histórias contadas nas fotonovelas na constituição de subjetividades daquelas mulheres que estabeleciam, com este gênero de leitura, uma relação de amor, com tudo a que um relacionamento amoroso tem direito: paixão, felicidade, raiva, tensões, obstáculos sonhos, desilusões e muito, muito amor.

Referencias Bibliográficas

ADORNO, THEODOR. W. A indústria cultural. In COHN, G. **Comunicação e indústria cultural**: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade. São Paulo: Nacional, 1975.

BOHN, Edgard. **A revista Capricho: imaginário, ficção e realidade**. Dissertação de Mestrado. Universidade Paulista – Comunicação, 2007.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular**: leituras de operárias. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de Fazer. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

CUNHA, Maria Teresa Santos. **Armadilhas da sedução**: os romances de M. Delly. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

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

KOTHE, Flávio. **A narrativa trivial**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

⁴⁰ SAMPAIO, Isabel. Op.Cit.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006

MEYER, Marlyse. **Folhetim**: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RADWAY, Janice A. **Reading the romance**: Women, patriarchy and popular literature. North Carolina: The University of North Carolina Press, 1991.

RODRIGUEZ, Simone Meirelles. Leitoras com o coração: usos de leitura dos romances sentimentais de massa. **Revista Letras**, Editora UFPR, n.65, p.23-37, jan./abr. 2005.

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