

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN – IAD
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

GABRIELA SOARES CABRAL

**A construção midiática de Tônia Carrero em a *Scena Muda* e *O Cruzeiro*:
representações de *glamour* e *sex-appeal* (1947-1955)**

JUIZ DE FORA

2018

GABRIELA SOARES CABRAL

**A construção midiática de Tônia Carrero em a *Scena Muda* e *O Cruzeiro*:
representações de *glamour* e *sex-appeal* (1947-1955)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial a obtenção do grau de Mestre em Artes, Cultura e Linguagens.

Orientadora: Prof^a. Dra. Maria Cláudia Bonadio

JUIZ DE FORA

2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Cabral, Gabriela Soares .

A construção midiática de Tônia Carrero em a Cena Muda e O Cruzeiro : representações de glamour e sex-appeal (1947-1955) / Gabriela Soares Cabral. -- 2018.

129 p.

Orientadora: Maria Claudia Bonadio

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2018.

1. Tônia Carrero. 2. estrelismo. 3. glamour. 4. sex-appeal. I. Bonadio, Maria Claudia, orient. II. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO DA DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES. CULTURA E LINGUAGENS

Gabriela Soares Cabral

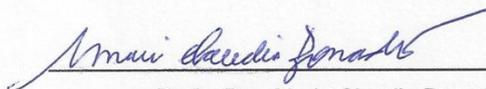
A construção midiática de Tônia Carrero em a Cena Muda e O Cruzeiro:
representações de glamour e sex-appeal (1947-1955)

Profa. Dra. Maria Cláudia Bonadio

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, Área de Concentração: Teorias e Processos Poéticos Interdisciplinares, Linha de pesquisa: Arte, Moda: História e Cultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

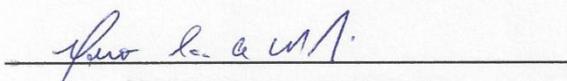
Aprovada em 15/06/2018

Banca Examinadora:



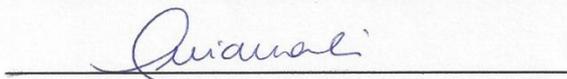
Profa. Dra. Maria Cláudia Bonadio

Orientador – Universidade Federal de Juiz de Fora



Martinho Alves da Costa Júnior

Membro UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora



Luciana Crivellari Dulci

Membro externo – Universidade Federal de Ouro Preto

AGRADECIMENTO

Agradeço aos meus pais, Carlos Henrique e Elizete, pelo apoio incondicional durante esta jornada, e aos meus avós Santos Lucas e Maria Thereza, que embora não estejam mais presentes, tiveram um papel fundamental em minha educação.

À Maria Claudia Bonadio, orientadora, amiga e inspiração profissional, que dividiu seus conhecimentos comigo.

À Luciana Dulci e Martinho Junior, que aceitaram participar da banca de qualificação e defesa, e pelas valiosas colaborações a este trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagem do Instituto de Artes e Design da UFJF por permitir que eu trilhasse este caminho, através do apoio e suporte dos professores e funcionários.

Aos amigos que fiz durante este percurso, Catatau, Laise, Felipe, Isadora, Leo, Cadu e Beth com os quais dividi conquistas, congressos e ansiedades.

Aos amigos Thalita, Ryan, Rapha, Monalisa, Ju, Leticinha, Tati e Poli, que de diferentes formas contribuíram para a concretização desta jornada.

RESUMO

O presente trabalho analisa as representações da atriz Tônia Carrero (1922-2018) enquanto estrela cinematográfica brasileira nas revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda*, publicadas no Rio de Janeiro e que circularam em território nacional, respectivamente entre as datas de 1928 e 1985 e 1921 e 1955. A pesquisa abrange o recorte temporal referente ao período de 1947 e 1955, momento em que Tônia Carrero emergia como estrela de cinema e foi impulsionada pela imprensa, geral e específica, como nome do estrelismo brasileiro. Assim, de modo a embasar nossa análise, traçamos um histórico das representações femininas no *star system* a fim de compreender as principais características e tipificações das estrelas desde o estabelecimento de Hollywood enquanto indústria cinematográfica. Também relatamos um histórico do surgimento do sistema de estrelas no Brasil, compreendendo as influências norte-americanas neste processo. Partindo para as fontes primárias, observamos como a atriz teve sua imagem construída e identificamos como sua tipificação a *good-bad girl*. Suas fotografias mostravam uma estrela cercada de códigos estabelecidos pela cinematografia do que era ser bela, *glamourosa* e sedutora. Ao entender os processos da constituição da consagração de Tônia enquanto estrela, pretende-se contribuir para ampliar a discussão sobre o fenômeno do *star system* no contexto brasileiro, bem como auxiliar futuros trabalhos sobre a atriz.

Palavras-chave: Tônia Carrero, estrelismo, *glamour*; *sex-appeal*.

ABSTRACT

The present work analyses Tônia Carrero (1922-2018) representations as Brazilian cinematographic star at *O Cruzeiro* and *Scena Muda* magazines, published in Rio de Janeiro and circulated in national territory, respectively between the years of 1928 and 1985 and 1921 and 1955. The research embraces the period that refers to the temporal gap among 1947 and 1955, moment when Tônia Carrero emerged as cinema star and was promoted by the press, general and specific, as a name of Brazilian star system. Therefore, in order to give basis to our analysis, we will trace the history of female representation at star system to comprehend the star's main characteristics and typifications since Hollywood settlement as cinematographic industry. We also relate the history of Brazilian star system emergence, understanding the North-American influences at this process. Heading to primary sources, we could observe how the actress had her image composed and identified her typification as good-bad girl. Her photographs showed a star surrounded by codes established by the cinema about what was being beautiful, glamorous and seductive. By understanding the process of Tônia's constitution as consecrated star, we aim to contribute to the discussions about the star system phenomenon in Brazilian context, and help in future researches about the actress.

Key-words: Tônia Carrero, star system, glamour; sex-appeal.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Anúncio do sabonete Eucalol com Tônia Carrero. <i>O Cruzeiro</i> , 15 de julho de 1950.....	57
Figura 2 - Tônia Carrero em anúncio do sabonete Eucalol. <i>O Cruzeiro</i> , 27 de dezembro de 1952.....	59
Figura 3 - Anúncio do sabonete Eucalol com Eva Todor. <i>O Cruzeiro</i> , 31 de janeiro de 1953.....	62
Figura 4 - Estudo fotográfico de Tônia Carrero. <i>Scena Muda</i> , 22 de abril de 1947, p.7.....	68
Figura 5 - Tônia Carrero sentada em cadeira com seu nome gravado. <i>Scena Muda</i> , 25 de abril de 1950, p. 4.....	70
Figura 6 - Fotografia de Tônia Carreira publicada sem vínculo a qualquer matéria. <i>Scena Muda</i> , 25 de abril de 1950, p.51.....	72
Figura 7 - Tônia Carreira ao lado de Nelly Rodrigues, Aimée de Heeren, Virginia Lane e Alma Flora nas primeiras experiências da TV Tupi. <i>O Cruzeiro</i> , 27 de maio de 1950, p.62...74	74
Figura 8 - Tônia Carreira ao lado Mariza Prado, Mário Sérgio e Adolfo Celi no Festival de Cinema de Punta del Este. <i>O Cruzeiro</i> , 07 de abril de 1951, p.50.....	76
Figura 9 - Tônia Carreira ao lado Mariza Prado, Mário Sérgio e Anselmo Duarte em carruagem no Festival de Cinema de Punta del Este. <i>O Cruzeiro</i> , 07 de abril de 1951, p.52.....	77
Figura 10 - Tônia Carreira e Walter Pinto em proposta para teatro de revista. <i>Scena Muda</i> , 08 de novembro de 1951, p.14.....	79
Figura 11 - Tônia Carrero distribui autógrafos no Festival Internacional de Cinema do Brasil. <i>Scena Muda</i> , 03 de março de 1954, p. 12.....	82
Figura 12 - Tônia Carrero no Festival Internacional de Cinema do Brasil. <i>O Cruzeiro</i> , 27 de fevereiro de 1954, p.13.....	84
Figura 13 - Tônia Carrero em imagem do filme <i>Apassionata</i> . <i>Scena Muda</i> , 17 de julho de 1952, p. 22.....	86
Figura 14 - Tônia Carrero posa à beira de uma piscina em traje de banho. <i>Scena Muda</i> , 24 de maio de 1950, p.4.....	93
Figura 15 - Tônia Carrero à beira mar <i>Scena Muda</i> , 24 de maio de 1950, p.6.....	94
Figura 16 - Tônia Carrero em traje de banho. <i>Scena Muda</i> , 24 de maio de 1950, p.5.....	97

Figura 17 - Comparação entre pose de quadro <i>A Grande Odalisca</i> (1814) de Ingres (1780-1867) e Tônia Carrero em fotografia para a revista <i>Scena Muda</i> (1950).....	98
Figura 18 - Tônia Carrero nos bastidores de <i>Caminhos do Sul</i> (1949), filme do diretor Fernando de Barros. <i>Scena Muda</i> , 11 de janeiro de 1949, p.6.....	100
Figura 19 - Tônia ilustra a coluna “Teatro-música”. <i>Scena Muda</i> , 20 de janeiro de 1954, p.33.....	101
Figura 20 - Tônia Carrero posa com as mãos nos cabelos. <i>Scena Muda</i> , 22 de abril de 1947, p. 6.....	102
Figura 21 - Gestual comparativo de Tônia Carrero evidenciando como o ombro, o decote contido, o olhar e o toque no cabelo são elementos constantes em suas fotografias publicadas nas revistas <i>Scena Muda</i> e <i>O Cruzeiro</i>	104
Figura 22 - Tônia Carrero e Arturo de Córdova em cena de <i>Mãos Sangrentas</i> . <i>O Cruzeiro</i> , 25 de dezembro de 1954, p.57.....	104
Figura 23 - Tônia Carrero em cena de <i>É Proibido Beijar</i> (1954) de Ugo Lombardi. <i>Scena Muda</i> , 23 de junho de 1954, p.24.....	109
Figura 24 - Pin-up de George Petty (1874-1985) ajoelhada enquanto fala ao telefone e segura uma vela publicada na revista <i>Esquire</i> em 1938.....	110
Figura 25 - Tônia Carrero posa sentada com pernas em evidência. <i>Scena Muda</i> , 21 de julho de 1954, p.18.....	112
Figura 26 - Pin up ilustrada em pose sentada com perna em destaque de Alberto Vargas (1896-1982).....	113
Figura 27 - Tônia Carrero posa segurando um puçá, instrumento usado para caçar insetos. <i>Scena Muda</i> , 26 de fevereiro de 1955, p.16.....	114
Figura 28 - Pin-up de Gil Elvgren (1914-1980) caçando borboletas, 1956.....	115

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1: <i>STAR SYSTEM</i> E FEMINILIDADE: REPRESENTAÇÕES FEMININAS NO CINEMA HOLLYWOODIANO E SEU IMPACTO NO ESTRELISMO NACIONAL.....	14
1.1 A feminilidade no <i>star system</i> : Hollywood e Brasil.....	18
1.2 O estrelismo no Brasil.....	32
1.3 Tônia Carrero: percursos do estrelato.....	40
CAPÍTULO 2: TÔNIA CARRERO E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA ESTRELA: FEMINILIDADE E GLAMOUR.....	47
2.1 Tônia Carrero: representações no cinema e na mídia impressa.....	52
2.2 Identificação e projeção na publicidade: sabonete Eucalol.....	55
2.3 Tônia Carrero: a construção da imagem de estrela.....	67
CAPÍTULO 3: TÔNIA CARRERO E A CONSTRUÇÃO DA SEDUÇÃO: CORPO E ARTIFÍCIOS.....	89
3.1 O corpo em exposição e artifícios do erotismo.....	92
3.2 Aproximações entre as representações de Tônia Carrero e as <i>Pin-ups</i>	106
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	117
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121
REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS.....	127

INTRODUÇÃO

O interesse pelo mundo das revistas impressas já vem de longa data. Foram muitas tardes desde a infância visitando a banca mais próxima de casa escolhendo os periódicos para a leitura durante o fim de semana. Não é acaso a escolha da profissão: jornalismo. Vem também da infância o fascínio pelo cinema. Tardes e tardes de filmes com a família. Da paixão por estes dois universos surgiu a curiosidade pelas revistas cinematográficas da primeira metade do século XX, tema de pesquisa durante a especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte. Neste caminho me deparei com as estrelas cinematográficas e esta fábrica de filmes chamada Hollywood e quis entender melhor estes processos e seus desdobramentos no Brasil.

Diante de diversas estrelas, encontrei Tônia Carrero (1922-2018) que me chamou atenção por ser uma das poucas atrizes que surgira nos anos 1940 e 1950 que ainda permanecera no imaginário do público brasileiro, monopolizando os meios de comunicação com sua morte em 2018. Apesar de uma longa carreira iniciada nos palcos de teatro do eixo Rio de Janeiro e São Paulo e nas telas de exibição cinematográficas que se estendeu até a televisão, é preciso lembrar que Tônia chega à telinha das casas de todo o Brasil já consagrada como estrela.

Após realizar uma consulta ao acervo do Conselho de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes, observou-se que não existem pesquisas que contemplem a atriz enquanto vedete cinematográfica. Encontraram-se apenas abordagens acerca de sua trajetória teatral. Além disso, há poucos trabalhos que retratem as estrelas sob a ótica da produção nacional, principalmente no que se refere a disseminação de uma imagem de feminilidade. No que tange a esta questão, é possível indicar a tese de Doutorado em História de Ana Carolina Maciel *Yes nós temos bananas. Cinema industrial paulista: a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, atrizes de cinema e Eliane Lage. Brasil, anos 1950* e a dissertação de Mestrado em Sociologia de Luciana Crivellari Dulci *Moda e cinema no Brasil dos anos 1950: Eliana e o tipo mocinha nas chanchadas cariocas*, que focam, respectivamente, em traçar um histórico da carreira de Eliane Lage e entender o papel de Eliana Macedo como liderança de moda e comportamento. Deste modo, é pertinente entender a construção de Tônia Carrero no momento em que emergia como estrela cinematográfica e a imagem

difundida pelos veículos de massa relacionados a este universo, de forma a compreender melhor o *star system* produzido no Brasil¹.

Uma vez que o *star system* é um fenômeno constituído além dos próprios filmes, contando também com outros elementos constituintes da cultura de massas, principalmente as revistas gerais e as especializadas, constatamos que a imprensa exercia um papel expressivo na mitificação dos astros. Estes impressos foram muito representativos na sociedade brasileira durante as décadas de 1940 e 1950. De acordo com Cristina Meneguello, neste período, em grandes centros, como Rio de Janeiro e São Paulo, 80% da população frequentava as salas de exibição pelo menos uma vez por semana e, dentro deste grupo, parte considerável consumia materiais relacionados aos filmes, como “colunas de jornais, de revistas de variedades, de revistas especializadas, ou de álbuns de fotografias” (1992, p.6).

Assim, elegeram-se dois impressos enquanto objeto de análise deste trabalho, as revistas *Scena Muda* (1921-1955) e *O Cruzeiro* (1928-1975). A escolha dos periódicos se justifica pela relevância que possuem na história brasileira, principalmente na imprensa nacional. A revista *O Cruzeiro*, criada em 10 de novembro de 1928 por Assis Chateaubriand (1882-1968), trazia para o Brasil a proposta de uma publicação de tiragem semanal, que circularia por todo o país e viria a se tornar o primeiro veículo impresso de massas brasileiro. Com tiragem inicial de 50 mil exemplares chegando a mais de 700 mil exemplares em edições recordistas, o periódico foi considerado o meio de comunicação social mais importante do Brasil durante os anos 1950. Visualmente atrativa, trouxe para o mercado editorial brasileiro grandes tendências mundiais, investindo em qualidade fotográfica e grandes reportagens (MIRA, 2003). A *Scena Muda*, publicada a partir de 1921 pela Companhia Editorial Americana, foi a primeira revista de fã criada no Brasil e a de maior tempo de circulação no país. Deste modo, o impresso fez parte do sistema de criação de estrelas, ajudando a criar e a manter mitos através de “capas chamativas, bonitas, muitas páginas bem ilustradas com os heróis da tela, resumos – ilustrados – de filmes, preenchendo a fantasia do leitor” (BENDER, 1979, p. 110).

¹ O *star system* surgiu entre 1913 e 1919 quando a indústria cinematográfica percebeu que o público reagia à presença de determinados atores nos filmes, e assim entendeu que seus produtos poderiam ser vendidos através da imagem da estrela, que passaram a ser vistas como mercadorias passíveis de serem fabricadas. Desta maneira, as estrelas ao atraírem espectadores, vendiam produtos fora da tela cinematográfica e ganhavam filmes especialmente produzidos para si.

O recorte escolhido compreende os anos de 1947 a 1955. Esta definição foi feita pautando-se em um período em que Tônia Carrero iniciava sua carreira no cinema e se fixa enquanto estrela no imaginário dos espectadores e leitores. Além disso, a partir de 1955, a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, fundada em 1949, encerra suas atividades, e Tônia que fazia parte de seu elenco fixo, acaba entrando em uma pausa do meio cinematográfico, vindo a se dedicar mais ao teatro e posteriormente à televisão.

Em pesquisa realizada ao acervo digital da Biblioteca Nacional onde as edições das revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda* se encontram disponíveis, foram encontradas 85 e 122 ocorrências acerca de Tônia, respectivamente, no período de tempo entre 1947 e 1955, recorte temporal do presente trabalho. Termos como “a maior atriz do cinema brasileiro”, “figura feminina de maior relevo”, “bela e talentosa”, “estrela de primeira grandeza”, “dona de rara beleza, personalidade”, “pela beleza e inteligência não tem nada a perder para muita estrangeira”, “atriz mais corajosa de 1955” e “sensacionalíssima loira” reforçam o caráter de grande estrela do cinema nacional, em que beleza e personalidade forte são atributos que cercam sua representação, caracterizando também o estrelismo nacional.

Se compararmos com outros nomes do sistema de estrelas do país contemporâneo a Tônia Carrero, vemos como esta possuía uma maior visibilidade na mídia. Ao buscarmos nos impressos e no mesmo recorte temporal, foi possível encontrar 24 ocorrências de Eliane Lage na revista *O Cruzeiro* e 69 na *Scena Muda*, já sobre Fada Santoro foram encontradas 42 e 138, Marisa Prado 17 e 64, Ilka Soares 81 e 94, respectivamente, enquanto Eliana de Macedo só obteve citações no segundo periódico consultado, somando um total de 5 ocorrências. Isto demonstra a importância midiática de Tônia Carrero neste período.

Para entender quem foi Tônia Carrero, buscou-se analisar as reportagens publicadas nos veículos em questão durante o recorte temporal. Para a localização destas matérias, pesquisou-se através do acervo digitalizado pela Biblioteca Nacional, buscando a palavra-chave “Tônia Carrero”. A partir dos resultados, leu-se todos os artigos e selecionamos para análise aquelas imagens que contribuíssem para o alcance do objetivo do estudo e que conversassem de alguma maneira entre si. Além disso, buscou-se assistir aos filmes protagonizados pela atriz neste mesmo recorte. Devido ao tempo, não foi possível encontrar todas as obras, tendo acesso somente a *Tico-tico no Fubá* (1952), *Apassionata* (1952) e *É Proibido Beijar* (1954).

Para nortear esta pesquisa, nos debruçamos sobre trabalhos como *As Estrelas* de Edgar Morin (1980), que nos ajuda a compreender o sistema de estrelas e suas principais características. Baseando-se na noção do astro de cinema como mito, o trabalho do autor foi fundamental para entender o culto ao universo cinematográfico, onde as estrelas são adoradas pelos espectadores como deuses do Olimpo. Ainda para conhecer sobre o estrelismo, recorreremos às pesquisas de Cristina Meneguello (1992), *Poeiras das Estrelas*, e Margarida Maria Adamatti (2008), *A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952-1955)*. Ambas as autoras contribuíram para aprimorar os conhecimentos acerca da imprensa brasileira e sua relação com as estrelas cinematográficas, nos ajudando a apreender a importância das revistas enquanto suporte midiático para o *star system*.

Além disso, foi necessário entender sobre a representação feminina dentro do cinema. Deste modo, obras como *Prazer visual e cinema narrativo* de Laura Mulvey (1983) e *Cinema, identidade e feminismo* de Giselle Gubernikoff (2011) auxiliaram na compreensão da mulher enquanto objeto do olhar no cinema narrativo hollywoodiano. Trabalhos de Richard Dyer (*The Star*; 1998), John Belton (*Americana Cinema/American Culture*; 2013) e Gilles Lipovetsky (*La troisième femme*; 1997) também ajudaram a estabelecer diálogos entre o estrelismo e a feminilidade.

Também foi preciso traçar uma história do estrelismo no Brasil. Uma vez que aqui este nasceu no rádio, foi preciso explorar trabalhos como *As rainhas do rádio: símbolos da nascente indústria cultural brasileira* de Maria Luisa Rinaldi Hupfer (2009) e *A era do rádio: descobrindo o Brasil* de Lia Calabre (2004). Estas leituras nos permitiram entender como um fenômeno de culto a estrelas propriamente brasileiras já se delineava no Brasil. Em relação a cinematografia, buscamos informações no trabalho de João Luiz Vieira (2017), como o texto *O Corpo Popular, a Chanchada Revisitada, ou a Comédia Carioca* publicado na revista *Acervo e Cinema brasileiro: propostas para uma história* de Jean Claude Bernardet (2009) Além disso, as pesquisas já citadas de Luciana Crivellari Dulci (2004) e Ana Carolina Maciel (2008) foram fundamentais para adentrar o mundo de duas estrelas contemporâneas a Tônia Carrero, contribuindo para um maior entendimento deste sistema de estrelas brasileiro.

Deste modo, no primeiro capítulo traçou-se os perfis de representação femininos no universo cinematográfico a partir de sua constituição, compreendendo como a mulher estava condicionada sob a ótica do olhar masculino. Também, apontamos as

principais características valoradas na consagração de uma estrela. Assim, vemos como a beleza, o corpo e fenômenos de fotogenia e sedução aliados à indústria da beleza e da moda eram essenciais na busca atriz ao estrelato. Além disso, num segundo momento do capítulo traçamos um breve histórico do cinema no Brasil e de seu estrelismo, compreendendo as influências norte-americanas neste processo e suas principais características.

No segundo capítulo já teremos a primeira parte de nossa análise, onde nos dedicaremos a compreender enquanto modelo de identificação para o público feminino através de Tônia Carrero. Primeiramente, a partir de uma breve análise dos filmes, busca-se estabelecer qual a tipificação representada por Tônia Carrero nas telas, uma vez que o comportamento das estrelas varia conforme a o tipo que personificam nas telas em consonância com a vida pública (DULCI, 2004). Em seguida, partiremos para a análise de imagens.

Para a seleção de fotos deste capítulo, aplicamos a metodologia sugerida por Ana Maria Mauad (2005) em seu texto *Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX*. A autora propõe uma seleção de fotografias serializadas, onde a análise se dá através de uma abordagem histórico-semiótica, pois a fotografia, na qualidade de texto, deve ser vista como uma mensagem que se organiza a partir de duas frações: a expressão, que compete os atributos técnicos, e o conteúdo, determinado pelo campo da composição e sua relação com o contexto. Portanto, buscou-se selecionar imagens que dialogassem entre si no que e refere a uma composição de Tônia Carrero quanto estrela cinematográfica. Desta forma foram escolhidas fotografias em que a atriz aparece em coberturas de eventos ou em matérias que visavam apresentar a intérprete e seus filmes aos leitores. Neste mesmo capítulo também selecionamos uma série de publicidades do sabonete Eucalol, estrelados pela atriz.

O objetivo nesta parte do trabalho é entender como a imagem de Tônia era apresentada ao público leitor dos periódicos, que juntamente dos filmes, ajudavam a estabelecer a atriz entre a constelação de estrelas do cinema nacional. Além disso, neste capítulo podemos ver como a atriz era uma vitrine onde as espectadoras poderiam, através da identificação, ver modelos de consumo e comportamento.

Por fim, o terceiro e último capítulo contempla o estudo de Tônia Carrero sob a ótica da sedução. Para esta etapa, nos ateremos à metodologia de Maria do Carmo Rainho em *Moda e Revolução nos anos 1960* (2014), onde através do cotejo de imagens

de momentos diferente de uma mesma década, a autora pôde identificar o que eram fotografias de moda neste período e elencar as diferenças entre esta no decorrer dos anos. A partir deste contexto, identificamos nas fotografias de Tônia Carrero um modelo onde os mesmos códigos de sedução são replicados. Neste momento foi possível observar como as imagens da atriz eram pautadas num erotismo contido, onde não há nudez explícita, apenas sugerida. Além disso, observamos aproximações entre fotos de Tônia e as *pin-ups*, ilustrações populares nos anos 1940 e 1950 criadas para agradar o olhar masculino.

Este trabalho busca trazer um novo olhar sob Tônia Carrero, atriz que alcançou sucesso nas três vertentes em que atuou - cinema, teatro e televisão -, mas que teve seu início e sua consagração nas salas escuras de exibição. Deste modo, ao analisar o período referente à emergência de sua carreira, acreditamos que este trabalho pode contribuir para futuros trabalhos sobre a estrela. Além disso, esperamos que as análises feitas sobre a atriz e a representação feminina nas telas ajudem a fomentar novas discussões acerca do estrelismo no Brasil.

CAPÍTULO 1 - *STAR SYSTEM* E FEMINILIDADE: REPRESENTAÇÕES FEMININAS NO CINEMA HOLLYWOODIANO E SEU IMPACTO NO ESTRELISMO NACIONAL

O fazer fílmico e a imagem estereotipada feminina caminham lado a lado desde o surgimento do cinema enquanto indústria. Através de sua linguagem, a cinematografia clássica americana ligada aos grandes estúdios disseminou não só sua forma de produção, mas também seu modo de representação, em que valores e ideologias se encontram presentes em nosso dia a dia. Aqui chamamos de linguagem cinematográfica tudo o que é elaborado durante a realização de um filme com a finalidade de construir significados, como por exemplo, a montagem, a iluminação, a composição de imagens, o movimento de câmera, o enquadramento etc (GUBERNIKOFF, 2016).

Giselle Gubernikoff (2016) aponta como o papel social da mulher difundido pelo cinema hollywoodiano foi alimentado por ideias patriarcalistas, envolvendo a imagem feminina em uma idealização sexualizada e fetichizada, na qual as espectadoras se identificam e assumem padrões expostos pelo discurso cinematográfico.

Este discurso é marcado pelo predomínio da visão masculina onde a imagem da mulher corresponde apenas a um objeto passivo do olhar. Laura Mulvey (1983, p.437) ao se utilizar da teoria psicanalítica parte do ponto em que o cinema “reflete, revela e até mesmo joga com a interpretação direta, socialmente estabelecida, da diferenciação sexual que controla imagens, formas eróticas de olhar e o espetáculo” demonstrando como o consciente patriarcal estruturou a forma cinematográfica. Deste modo, a autora descreve como a mulher existe, no patriarcado, como o significante do outro masculino, onde o homem pode exprimir suas fantasias e sob uma ordem simbólica, impondo-as sobre a imagem feminina, que se torna apenas portadora, e não produtora de significado.

Num mundo governado por um desequilíbrio sexual, o olhar foi dividido entre ativo/masculino e passivo/feminino. O olhar masculino determinante projeta a sua fantasia na figura feminina, estilizada de acordo com essa fantasia. Em seu papel tradicional exibicionista, tendo sua aparência codificada no sentido de emitir impacto erótico e visual de forma a que se possa dizer que conota a sua condição de “para-ser-olhada” (MULVEY, 1983, p.444).

Laura Mulvey (1983), então, observa como a mulher é mostrada como objeto sexual no cinema clássico, em uma combinação de espetáculo e narrativa. Conforme a autora, isto se dá através de duas formas de prazer visual: a primeira é o prazer em

observar outra pessoa como objeto de estímulo de olhar, enquanto a segunda se constrói no narcisismo que se identifica com a imagem vista. Dentro deste contexto, as mulheres se tornam signo de sexualidade convertida em imagem ao se tornarem simultaneamente objeto erótico para os personagens na tela e para o espectador.

Conforme destaca Morin (1980), apesar de o *star system* trabalhar o papel do astro difundindo papéis de masculinidade, onde atores do sexo masculino também tem seus corpos objetificados, há uma preponderância feminina neste fenômeno. Os estudos de Tereza de Lauretis (1994) são complementares nesta discussão. Ao partir do conceito de tecnologia sexual² de Foucault, a autora nota a necessidade de separar a concepção de gênero da diferença sexual, o conceituando como um produto de várias tecnologias que cria, assim, as representações de homem e mulher. Desta forma, ela destaca como “os efeitos de significado e as auto representações produzidas no sujeito pela prática, discursos e instituições socioculturais dedicados à produção de homens e mulheres” geram um complexo de hábitos, percepções e associações que definem alguém como masculino ou feminino. Logo, o cinema pode, enquanto uma tecnologia de gênero, “controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e ‘implantar’ representações de gênero” (1992, p.224-228)

Assim, conforme Giselle Gubernikoff, a linguagem cinematográfica ao ser dominada pela visão do homem, dissemina uma imagem feminina construída por valores masculinos. Portanto, “a mulher está presente no discurso cinematográfico e fora dele como espectadora, envolvida como sujeito histórico que se enquadra no processo de identificação e assumindo padrões de feminilidade impostos pela sexualidade masculina” (2016, p.48).

Laura Mulvey (1996) também discorre a respeito do papel do fetichismo no cinema. A autora, ao articular os conceitos de fetiche de Marx e Freud em relação a uma sobre valorização do objeto, percebe como estas ideias acerca do fetichismo convergem na tela cinematográfica através da figura erotizada da estrela feminina. Assim, as estrelas foram um dos principais meios utilizados pelo cinema dominante para produzir e difundir padrões de feminilidade:

² Conjunto de técnicas desenvolvidas pela burguesia no final do século XVIII para assegurar a sobrevivência de classe e a continuação da hegemonia, através de da elaboração de discursos sobre a sexualização de crianças e do corpo feminino, o controle da procriação, e a psiquiatrização do comportamento sexual anômalo como perversão, como forma de dissemina-los e “implanta-los” em casa família ou instituição (LAURETIS, 1994).

A estrela participa dessa purificação estética que é o cerne de todo o espetáculo. Passa, portanto, a alimentar o sonho ou o imaginário que, por sua vez, passam a modelar a conduta, ou seja, os processos de identificações e imitações são postos em prática. A partir daí, todo o gestual, o modo de expressão, as formas dos relacionamentos com o meio social são guiados pela conduta das estrelas que se transformam em modelos a serem seguidos (GUBERNIKOFF, 2016, p.73).

John Belton (2013) destaca como os estúdios cinematográficos com a ajuda da imprensa e de outras mídias ao construírem estrelas, perceberam sua importância econômica na história desta indústria. A estrela fornecia ao estúdio uma atração tangível, uma imagem passível de ser anunciada e comercializada. E, embora outras características da obra possam ser vendidas também, elas não possuem a identificabilidade das estrelas.

Dessa forma, os estúdios passaram a apostar no poder de atração das estrelas, tornando esta uma das formas de competição da indústria cinematográfica, levando ao crescimento da sedução da imagem feminina nas telas. Logo, as companhias começaram a investir cada vez mais na visibilidade destas estrelas, levando a um grande culto destas atrizes. Os atores também eram idolatrados pelo público, porém as estrelas femininas eram adoradas por ambos os sexos. (MULVEY, 1996). Este fenômeno que reproduz os grandes atores e atrizes do cinema como o principal produto para a venda dos filmes ficou conhecido por *star system*.

Apesar do foco deste trabalho estar no fenômeno do estrelismo hollywoodiano e suas repercussões na construção de estrelas brasileiras, é pertinente frisar que este processo não é uma ocorrência unicamente norte-americana. No início da década de 1910, as atrizes italianas já eram envolvidas pela indústria cinematográfica de forma a utilizarem sua imagem na geração de lucros, um fenômeno semelhante ao *star system* chamado de *divismo italiano*.

A partir destas colocações sobre as representações femininas no cinema clássico³, é necessário compreender como os estúdios hollywoodianos se utilizaram das imagens da estrela para disseminar um determinado padrão de feminilidade baseados nos valores e ideologia norte-americanos. De tal modo, se faz pertinente um aprofundamento nos conceitos *star system* bem como das características femininas

³ Por cinema clássico dominante entende-se as produções dos estúdios hollywoodianos entre o período pós Primeira Guerra Mundial e os anos 1945. Época também denominada como Anos Dourados de Hollywood (COUSINS, 2013).

valorizadas por esta cinematografia, para que possamos, assim, entender suas influências no cinema nacional e suas estrelas.

1.1. A feminilidade no *star system*: Hollywood e Brasil

De acordo com Giselle Gubernikoff (2016), as primeiras estrelas de cinema do início do século XX, especificamente décadas de 1900 e 1910, eram muito jovens, por volta dos dezessete anos. Esta preferência pela juventude era uma escolha de David W. Griffith (1875-1948), o diretor mais influente do período. Porém isto também se justificava pela crueza das lentes e das luzes cinematográficas da época. Assim:

Juventude e beleza passaram a ser condições essenciais no cinema, e conseqüentemente, a decência era rigidamente observada. A partir daí começou a idealização dos encantos femininos, que normalmente giravam em torno de características como candura, vivacidade e educação primorosa (GUBERNIKOFF, 2016, p.54).

As estrelas representavam neste período, segundo John Belton (2013), figuras tradicionais da Era Vitoriana que aos poucos foram dando lugar a uma sensibilidade mais moderna. O autor pontua que a Era Vitoriana americana⁴ ia além da repressão sexual, ela envolvia um código de valores positivos que incluíam trabalho árduo, aversão ao ócio, ordem moral, autocontrole, disciplina, autoconfiança e autossuficiência. A obediência feminina e os papéis sociais da mulher dentro da família e da sociedade eram prezados, da mesma forma em suas atividades eram relegadas ao espaço privado e doméstico, abdicando damas da classe média de participar de eventos na esfera pública no trabalho ou na política. Dessa forma, o ideal de feminilidade estimado era devoção, pureza, submissividade e domesticidade.

Neste momento, o mercado brasileiro já era marcado pela presença intensa de filmes importados. Jean-Claude Bernardet pontua que esta presença internacional “não só limitou as possibilidades de afirmação de uma cinematografia nacional, como condicionou em grande parte suas formas de afirmação” (2009, p.21). Segundo o autor, por volta de 1907 os historiadores começaram a notar certo volume de produção

⁴ O período denominado Era Vitoriana tem início em 1837, com a subida da rainha Vitória ao trono da Inglaterra, até 1901, ano de sua morte. Devido à grande influência inglesa na cultura e comportamento da população dos Estados Unidos na época, o termo “vitoriano” passa, então, a significar uma série de valores vivenciados também pela sociedade norte-americana do período, como o culto à domesticidade e a noção de espaços separados para homens e mulheres.

cinematográfico nacional no Rio de Janeiro. Porém, conforme a cinematografia internacional se fortalecia, sua presença no país se tornava cada vez mais forte.

Ana Carolina Maciel comenta que enquanto o cinema ainda não se impunha em grandes proporções no Brasil:

Dançarinas, cantoras líricas e atrizes de teatro compunham o ambiente artístico [...]. Causando estranhamento num contexto em que as mulheres – em sua grande maioria – ainda se dedicavam primordialmente ao lar, estas estrelas eram alvo de admiração mas, igualmente, das mais atrozess agressões (2008, p.139).

Com a passagem dos anos 1910 para 1920, John Belton (2013) relata que o status da mulher nos Estados Unidos mudou conforme a economia norte-americana se deslocou do âmbito rural e agricultor para o urbano e industrial. Com essa transformação, mais mulheres começaram a entrar no mercado de trabalho, ganhando, assim, mais liberdade. Estas mudanças puderam ser vistas em algumas estrelas, como foi o caso de Mary Pickford (1892-1979):

Mary Pickford incorporou as profundas mudanças sociais ocorridas mantendo nas telas a imagem de “Pequena Mary, a garota com longos cachos dourados”, “queridinha da América” e corporificação ideal da virtude Vitoriana, enquanto fora das telas, uma imagem mais moderna da atriz como mulher trabalhadora e empresária gerenciando uma carreira de sucesso se misturou com esta primeira imagem. Através de seus papéis nas telas, como os de *Tess of the Storm Country* (1914) e *Rebecca of Sunnybrook Farm* (1917), continuou a ser representada como uma boneca infantil, sua imagem mais moderna na mídia, a fez uma figura de identificação para a classe emergente de “novas mulheres” que incluíam as trabalhadoras independentes, sufragistas e outras mulheres não tradicionais que conquistaram seu lugar ao lado dos homens no mundo pós-vitoriano da América moderna (BELTON, 2013, p.103).

Paralelamente a esta representação virginal, havia também a figura das *vamps*. Gilles Lipovetsky narra como este estereótipo era o responsável por encarnar a sensualidade nas telas através de atrizes como Theda Bara (1885-1955) e Pola Negri (1896-1987) “Com seus olhos impenetráveis carregados de preto, seus adornos sofisticados, seus cigarros longos, as *vamps* invocavam uma feminilidade inacessível e destrutiva” (1997, p.175). Esta mulher fatal é decorrente da cultura artística e literária do final do século XIX, quando a mulher começa a perder o papel doméstico, ganhando atenção dos artistas e escritores, passando, assim, a ser representada por um papel capaz de destruir o sexo masculino.

Com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, Giselle Gubernikoff ressalta a valorização do filme romântico voltado para o público feminino, uma vez que seus maridos, filhos e familiares se encontravam no fronte. A partir disto, decorre o surgimento da personagem da heroína: “Bastante admirada pelo público, tanto pela sua capacidade física quanto pelas proezas por ela realizadas, representa a conquista de um novo *status* da mulher dentro da sociedade norte-americana” (2016, p.113).

Até a década 1920, a cinematografia brasileira apresentava poucas produções cinematográficas significantes. Segundo Ana Carolina Maciel (2008), neste período surgiram filmes de ficção, curta-metragens históricos, filmes de propaganda política e educativos. Estas produções ocorreram de forma dispersa pelo país, chamados de ciclos regionais, sediados em Ouro Fino (MG), Guaranésia (MG), Recife (RE) e Cataguases (MG). Porém, paralelamente a estas produções nacionais, o cinema hollywoodiano continuava a se espalhar pelo país. Desta maneira, a autora destaca que nos primórdios da cinematografia brasileira, o estrelismo nacional se resumia à publicação de fotografias impressas uma vez que os filmes muitas vezes não alcançavam outros estados. Portanto, as revistas, tanto especializadas como as de variedades, ajudaram a propagar a produção nacional aos pontos longínquos do país.

Daí o exemplo da atriz do cinema pernambucano Almerly Steves, que ficou famosa sem ter nenhum de seus filmes exibidos no Rio de Janeiro. Caso semelhante se aplica à Eva Nil, que tendo atuado em apenas três filmes (e que foram escassamente exibidos), era presença frequente nas revistas de cinema nacionais e teve “muitos fãs” recebendo farta correspondência proveniente do Brasil, Europa, Portugal e Estados Unidos (MACIEL, 2008, p.141).

Neste momento as atrizes brasileiras eram constantemente comparadas com as estrelas hollywoodianas, uma tendência que seguiria até os anos 1950.

Durante décadas, através das publicações brasileiras, as estrelas do cinema hollywoodiano seriam paradigmáticas, como se pode perceber nas colunas de leitores das revistas especializadas. Temos, por exemplo, a ampla divulgação do “mito” Greta Garbo e sua respectiva comparação com atrizes brasileiras, fenômeno que ocorre desde as primeiras décadas de 1920 quando, nas páginas de *Cinearte*, a atriz Lelita Rosa era considerada “*a Greta Garbo nacional*”. Esta comparação atravessa os anos 1930 quando uma das eleitas “Garbo” foi a atriz Amanda Leilop (*Honra e Ciúmes* 1933); permanecendo ainda na década de 1950, quando Eliane Lage e também Altair Vilar, protagonista do filme *Santa de um Louco*, foram comparadas à Garbo (MACIEL, 2008, p.143).

Segundo a autora, isto demonstra que o padrão de beleza norte-americano é o que permeava o estrelismo brasileiro. Além disso, elas podiam compostas por diversas referências, se parecendo com mais de uma estrela ao mesmo tempo: “Por vezes, as atrizes eram simbolicamente “destrinchadas”, pois seus traços e/ou formas se assemelhavam aos de vários ícones estrangeiros: olhos de Garbo, cabelos de Marilyn, etc.” (MACIEL, 2008, p.157).

Os anos 1920 trouxeram mudanças na imagem da mulher moderna, a sensualidade e o erotismo traduzidos em *sex appeal*. Deste modo, o tipo virginal e sensível fica ultrapassado. Giselle Gubernikoff expõe que as produções hollywoodianas refletiam este novo estilo de vida, principalmente através das comédias de Cecil B. DeMille (1881-1959), que desde então já explorava realismo sexual e ostentação burguesa, e conseqüentemente esta nova imagem feminina, como *A Homicida* (1922), *O Fruto Proibido* (1921) e *As Aventuras de Anatólio* (1921). A autora pontua, que este novo modo de viver é um “reflexo da própria Hollywood, onde abundavam festas orgásticas, divórcios, sedução, uso de drogas e bebidas” (2016, p.56). A chegada de atores e atrizes europeus ao mercado norte-americano neste período, além de ajudar a quebrar a imagem de delicadeza feminina que vigorava anteriormente, trouxeram também um toque exótico ao cinema hollywoodiano. Pola Negri (1896-1987), Rodolfo Valentino (1895-1926) e Greta Garbo⁵ (1905-1990) são exemplos deste exotismo trazido pelas estrelas europeias.

John Belton também chama atenção para o fato de que neste período surgiu o que viria a ser um dos principais atributos das estrelas desde então: o *it*. O termo surgiu através da autora Elinor Glyn (1864-1943) que escreveu diversos romances sobre as novas mulheres sexualmente provocativas, dentre eles um denominado *It* (1926) que foi adaptado para as telas hollywoodianas com Clara Bow (1905-1965) estrelando a protagonista. Assim, o *it* se tornou critério do estrelato, indicando estrelas com “uma mágica interior, um magnetismo animal” (2013, p.105).

Contudo, Laura Mulvey (1996) narra que neste período Hollywood começou a começar a ser associada a uma amoralidade. A vida regada a escândalo das estrelas e produções com sexualidade explícita, uso de drogas, prostituição, miscigenação e glamourização de gângster que impulsionou uma imagem negativa do cinema e de seus astros, para turma religiosa da sociedade dos Estados Unidos, que via o cinema como o

⁵ Respectivamente nascidos na Polônia, Itália e Suécia.

perpetuador do declínio da moral no país. Porém, com a queda da bolsa de Nova York em 1929, as restrições do código não vingaram e os temas dos filmes hollywoodianos continuavam a girar em torno de sexo e álcool, período denominado era *pré-code*.

Acerca da Grande Depressão que assolou os Estados Unidos em 1929, Carol Dyhouse (2010) narra que as mulheres precisaram entrar no mercado de trabalho. Havia dificuldade de arrumar empregos bem remunerados, e assim eram aconselhadas a explorarem qualquer talento que possuíssem. Neste cenário, a beleza era um atributo amplamente estimado e considerado a chave para o sucesso econômico feminino. Assim, a valorização da aparência física combinada com a necessidade de escapismo durante a crise apontou em direção à era de ouro do *glamour*.

Segundo a autora, durante o século XIX o termo *glamour* era relacionado ao ocultismo e à magia, uma vez que designava feitiços de ilusão. Seu significado começou a mudar no início do século XX, se relacionando com a opulência do teatro, o exótico e a sofisticação sexual. Foi a partir deste momento, que a palavra ganhou uma conotação mais ligada à moda e a uma forma de feminilidade. Neste contexto, o cinema exerceu um papel de catalizador da expressão. Envoltos por este contexto, Hollywood soube aproveitar o contexto em seus filmes e lançou uma nova forma de heroína, ou anti-heroína: a mulher *glamourosa*.

O conceito de *glamour*, segundo Margarida Maria Adamatti (2008), confunde-se com as qualidades baseadas na fotogenia e designadas para as estrelas, uma vez que o termo define uma qualidade especial que pode causar fascinação, deslumbramento ou encantamento já que transmite status, prestígio e beleza. Estas são características que a autora relaciona ao conceito de *it* das estrelas. Portanto, o astro deve ser a personificação do *glamour*.

Reflexo do cinema de Hollywood durante a primeira metade do século XX, o *glamour* permitia às mulheres comuns saciar seus sonhos de escapismo das dificuldades cotidianas e a expressar interesse no poder do sexo, do exótico, da presença e da influência (DYHOUSE, 2010).

Para a expressão desta mulher *glamourosa* nas telas, Hollywood adotou uma imagem sexual com o figurino que pudesse se destacar nas películas em preto e branco. Assim o brilho - representado especialmente pelo diamante, os lustrosos e espessos pelos de animais, lábios vermelhos, flores exóticas e longos vestidos ajustados sobre corpos dotados de curvas, porém magros, ilustraram os figurinos hollywoodianos. Juntamente com o visual, as intérpretes vestiam um comportamento gracioso, picante e

dotado de atitude, que acabaram por se tornar o código do glamour, o que coincidiu com uma explosão do uso do termo nas revistas femininas. Esta mulher representada em Hollywood retomou a imagem de uma silhueta mais feminina, diferentemente do que acontecia nos anos 1920 (DYHOUSE, 2010).

Carol Dyhouse (2010) destaca que colante era um adjetivo utilizado frequentemente para descrever os vestidos em corte enviesado feitos em cetim, seda e veludo que acentuavam a silhueta. A mulher glamourosa era curvilínea, nem muito gorda ou magra, e as roupas deveriam ressaltar este atributo através de vestidos ajustados aos corpos. Diferentemente das curvas valorizadas anteriormente, na era do glamour hollywoodiano as estrelas deveriam alcançar este ideal sem o uso do espartilho e da cinta.

Embora no seu auge, algumas heroínas de tela tivessem corpos que permitiam que elas usassem os vestidos de noite enviesados de Adrian sem roupa íntima, muitas tinham que lutar com sua forma física através de dietas, exercícios e roupas cuidadosamente cortadas para não estragar a linha. Mae West tendia a formas semelhantes ao peito de pombo eduardiano - ela usava solas de plataforma para dar altura e vestidos com painéis mais escuros para acentuar suas curvas e dar uma impressão mais esbelta. Dietrich, supostamente, foi costurada em vestidos de seda cor de carne de Jean Louis no decorrer de longas sessões de "montagem" em que eles foram efetivamente construídos em torno dela. [...] Especialistas em dietas, massagistas e culturistas físicos como Gaylord Hauser e Madame Sylvia da Pathé aconselharam as atrizes sobre regimes de emagrecimento e técnicas de restauração de figuras (DYHOUSE, 2010, p.38-tradução nossa).

Conforme Heather Adison complementa, as revistas de fãs e de variedades ajudavam a disseminar esta nova silhueta. Através de publicidades e guias sobre cultura física, estes periódicos citavam as estrelas hollywoodianas, como forma de intensificar a associação deste estilo de vida com o valor e o desejo em perder peso e construir um corpo curvilíneo. Assim, a autora cita que se “estabeleceu um ciclo em que os padrões de atração de Hollywood eram reforçados pela publicidade no estímulo da perda de peso” (2003, p.152).

Charlotte Cornelia Herzog e Jane Marie Gaines narram que foi justamente neste período que a indústria cinematográfica aumentou sua ênfase no figurino das estrelas. Este aumento de foco no vestuário logo foi traduzido para a audiência feminina em forma de necessidade. “Os departamentos de publicidade dos estúdios começaram um esforço em larga escala para usar a moda como forma de atrair as mulheres para o

cinema” (1991, p.81). Deste modo, toda grande companhia possuía um publicista⁶ responsável por estar em contato com as revistas de fãs assegurando que o material publicitário das estrelas fosse convertido em artigos sobre maquiagem, penteados, roupas e cuidados pessoais. Luciana Crivellari Dulci (2004) reitera que foi neste momento que se iniciou o período de inspiração mútua entre moda e cinema. As estrelas, que já exerciam grande fascínio sobre o público, se tornaram as grandes lançadoras da moda para o público feminino.

Valerie Mendes e Amy de la Haye narram como Hollywood seguia e adaptava as modas de Paris, mas como as mudanças que ocorriam muitas vezes de forma rápida no vestuário, alguns rolos de filmes se tornaram obsoletos neste quesito. Deste modo, os estúdios começaram a buscar estilistas parisienses para se manterem sempre atualizados nas mudanças da moda. Assim, alguns costureiros renomados começaram a ser convidados para ir a Hollywood realizar figurinos para algumas produções, como foi o caso de Coco Chanel (1883-1971). Porém, conforme as autoras pontuam, há diferenças na habilidade de criação de figurinos e alta-costura, o que levou os estúdios hollywoodianos a começarem a promoverem seus próprios talentos, como Adrian (1903-1959), Travis Batton (1984-1958), e Edith Head (1898-1981). “Logo, esses estilistas estavam não apenas criando trajés que se ajustavam aos enredos e expressavam a personalidade dos personagens, mas também estabelecendo novas tendências e endossando modas existentes” (MENDES; LA HAYE, 2003, p.82).

Segundo Charlotte Seeling, com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a maior parte das casas de alta costura de Paris estava fechada enquanto o restante trabalhava de forma limitada, levando Hollywood a desempenhar o principal papel de lançador e difusor de modas. Porém, este período também marcou algumas restrições para os estúdios, que se viram impelidos a trabalhar com orçamentos reduzidos e escassez de materiais. A autora ainda ressalta que as restrições de matérias-primas faziam com que os vestidos, que antes do conflito eram copiados diversas vezes, se tornassem peças únicas, uma vez que determinados materiais eram proibidos, como a renda e as peles. Portanto, ela observa que a Guerra dava fim “à ligação exclusiva entre o filme e a moda. Houve sempre cooperações e empréstimos, mas a influência comum

⁶ No contexto da produção cinematográfica e jornalística do período referente às revistas de fãs, publicitas é um termo usado para se referir a função que seria do publicitário juntamente do profissional de relações públicas, ou seja, da equipe responsável pela propaganda dos estúdios, à seus filmes e estrelas (ADAMATTI, 2008).

nos mercados estava quebrada” (2000, p. 192). A autora pontua que somente meio século mais tarde a relação entre filme e moda voltaria a se estabelecer, porém de outra maneira. “Cansados das poses dos modelos caros, os estilistas procuravam atrizes expressivas para usarem suas criações, de preferência durante a atribuição dos Óscares” (2000, p.192).

John Belton (2013) pontua que o sexo continuou a exercer um importante papel na construção do estrelato da década de 1930. Isto levou a instituição do Código Hays de Censura em 1934. De acordo com Cristina Meneguello (1992) o código de censura estabelecia que os personagens imorais deveriam ser castigados ao fim dos filmes, proibindo qualquer sugestão de relações sexuais. Viciados, hereges, crianças nuas, partos ou até mesmo cenas em quartos eram proibidas de serem retratadas. Deste modo, a sugestão e as segundas intenções começaram a ser muito utilizadas para que as histórias pudessem ser narradas de forma lógica. Objetos também ganharam poder sugestivo, como o cigarro, por exemplo, que na mão de homens é sinal de masculinidade, e na de mulheres é sinônimo de mulher liberada.

A autocensura sexual fez atores como Gable ainda mais desejáveis para suas fãs femininas, mas também conduziu o sexo ao clandestino, onde produziu força durante os anos de guerra e finalmente explodiu na ressexualização de Hollywood no pós-guerra com o filme *noir* e filmes com temas sexualmente explícitas e estrelas mais sexys (BELTON, 2013, p.111).

Enquanto isso, a partir dos anos 1930, o Brasil passava por mudanças políticas e econômicas e políticas advindas do primeiro governo Vargas (1930-1945) que impactariam o cenário cultural dos anos seguintes. João Luiz Vieira narra que Getúlio Vargas (1930-1954) passa a assumir um papel mais agressivo na defesa da indústria nacional, começando, então, a surgir as primeiras tentativas de uma industrialização da atividade cinematográfica no país. Assim, surgem experiências cariocas como a Cinédia (1930), a Brasil Vita Filme (1934) e a Sonofilmes (1937). O autor destaca que se propunha um cinema brasileiro com padrão internacional de qualidade, porém, na prática, isto significava a “adoção irrestrita do modelo de produção glorificado por Hollywood” (1987, p.133).

A década de 1930 iniciava-se sob um clima (falso) de euforia para o cinema brasileiro, dentro do qual a fundação para a Cinédia era o resultado mais imediato. As principais razões para essa euforia passageira deviam-se às transformações pelas quais passava o mercado cinematográfico brasileiro (e internacional) com o advento do cinema sonoro. Nos Estados Unidos, o final do cinema mudo [...]

por pouco não coincidiu com o *crack* da Bolsa de Valores em Nova Iorque, ocorrida em outubro de 1929 em Wall Street. Resultado imediato: os norte-americanos ficaram muito mais preocupados em realimentar o poderoso mercado interno, deixando para resolver mais à frente os problemas naturais decorrentes das adaptações do cinema falado junto às plateias estrangeiras, tais como a questão básica da língua e o uso de legendas. No Brasil, era crença geral que, finalmente, o cinema brasileiro poderia se desenvolver, agora um pouco mais aliviado o peso da presença estrangeira em nosso mercado (VIEIRA, 1987, p.134-135).

O mesmo autor ressalta que esta expectativa estava fundamentada na esperança de que o público rejeitaria o cinema sonoro pela incapacidade de compreensão da língua. No entanto, o público logo se mostrou receptivo aos filmes falados. Além disso, a chegada do som aumentou o custo da produção cinematográfica brasileira, a tornando ainda mais dependente da tecnologia dos Estados Unidos, o que acarretou o fechamento de exibidores de menor porte.

Dentre os estúdios criados neste contexto, a Cinédia foi o que “conseguiu transformar o panorama da produção cinematográfica brasileira da época ao criar uma verdadeira empresa nos moldes norte americanos” (VIERIA, 1987, p.135). Como Luciana Crivellari Dulci (2004) ressalta, a Cinédia lançou e desenvolveu fórmulas de comédias musicais, também chamadas chanchadas, que mais tarde, nos anos 1940 seriam adotadas pela Atlântida Cinematográfica (1941-1962) de forma massificada, que alimentariam o cinema nacional durante 20 anos. Estes filmes que mesclavam música popular e carnaval desenvolveram roteiros esquemáticos e elementares com esquetes inspiradas no teatro de revista, do circo e do rádio, mesclando-os com números musicais. “A impressão geral era a de que, de olhos fechados, o espectador poderia perfeitamente estar sentado à frente de um rádio. De olhos aberto [...] a sensação era semelhante a de estar bem próximo de um palco de teatro de revista” (VIEIRA, 2003, p.48), Assim, o gênero, apesar de sofrer forte influência hollywoodiana, espelhava em muitos aspectos a sociedade brasileira da época:

As chanchadas aproveitavam o momento histórico para abordar problemas políticos e sociais. [...] As temáticas da industrialização, das migrações internas e da urbanização permeavam os enredos dos filmes, retratando, pelo menos em conotação folclórica, como estava o país naqueles anos (DULCI, 2004, p.65).

Assim, Ana Carolina Maciel (2008) lembra como a produção cinematográfica nacional se desenvolvia de forma lenta nas primeiras décadas do século XX, o *star*

system embora fosse nutrido e inspirado pelo modelo hegemônico, conseguia uma relativa autonomia. De acordo com a autora, esta autonomia estava na imprensa:

Não importa que o cinema brasileiro, em escala industrial, tenha enfrentado dificuldades que o impediram de se consolidar. As revistas cinematográficas divulgavam um sistema estrelar nacional, chegando até a nomear como “estrelas”, meras aspirantes à fama. A imprensa escrita tinha esta mobilidade e autonomia, pois, enquanto filmes muitas vezes não saíam do projeto, a publicação de fotografias e textos era menos onerosa e possibilitava a divulgação de mulheres (e também alguns homens) disponíveis para um estrelato que não se cristalizou na frágil produção do cinema nacional (MACIEL, 2008, p.152).

Edgar Morin (1980) observa que nos anos 1940 e 1950 há uma decadência dos dois principais arquétipos femininos que antes dominavam as telas hollywoodianas, a *vamp* e a virgem, dando lugar a uma nova tipificação sintética denominada *good-bad girl*. Segundo o autor, este novo tipo sintetiza uma mulher que:

Possui um *sex appeal* igual ao da vampe na medida em que se apresenta sob a aparência de mulher impura: vestuário ligeiro, atitudes ousadas e carregadas de subentendidos, mister equívoco, relações suspeitas. Mas o fim do filme revelar-nos-á que escondia todas as virtudes da virgem, alma pura, bondade inata, coração generoso (MORIN, 1980, p. 27).

Este novo arquétipo⁷, síntese da *vamp* e da virgem liberta uma carga erótica que se espalha por Hollywood. Dessa maneira, enquanto anteriormente a virgem era marcada pela pureza, a maioria das novas estrelas são erotizadas. (MORIN, 1980). Porém, como Gilles Lipovetsky (1997) pontua, o erotismo desta nova tipificação era caracterizado por desinibição, naturalidade e juventude. Assim, a sensualidade se reconciliou com a ingenuidade, ternura, charme e vulnerabilidade.

O cinema deste período foi marcado, segundo Richard Dyer, pela crescente sexualidade nos filmes. Segundo o autor, isto foi um reflexo da própria sociedade norte-americana que começou, neste período, a valorizar o sexo. Assim, enquanto se popularizavam formas privadas de lazer, como a televisão, a leitura, os esportes caseiros e outras atividades que poderiam ser realizadas no lar, o cinema utilizou como estratégia a criação de filmes com temas que não seriam apropriados para serem consumidos em casa como forma de atrair público. Portanto, o cinema de massas foi se tornando

⁷Segundo Jung (2011) arquétipos são fantasias, imagens ou sentimentos que vivem no inconsciente coletivo da humanidade, como componente de mitos, que refletem-se em diversos aspectos da vida humana, como sonhos ou narrativas.

“gradualmente mais ousado e explícito ao tratar sobre sexo”, quebrando tabus estabelecidos até então (2004, p.24).

Marilyn Monroe (1926-1962) foi, conforme aponta Richard Dyer (2004), um dos principais nomes a expressar e representar como a sexualidade era vista neste período. Sempre associada a uma imagem sensual pela mídia, seja através de representações de *pin-ups* ou seus papéis em filmes, a atriz se tornou uma referência de sexualidade. Porém, o autor destaca como Marilyn Monroe, nas produções em que participou, incorporou apenas personagens que se encaixavam na trama em função do homem na tela, se tornando, portanto, um objeto do olhar masculino. Desta forma, neste período a sensualidade feminina era valorizada, contanto que fosse veículo para a sexualidade masculina.

De acordo com o mesmo autor, uma forma utilizada para reforçar a sexualidade foi associá-la à ideia de naturalidade, ou seja, um modo de justificar qualquer atitude ou ação ao afirmar que estaria de acordo com o que as pessoas realmente fariam ou seriam se vivem em um estado totalmente natural. Como a sexualidade é algo biológico, o autor pontua como esta é acessível a este argumento. Assim, Marilyn Monroe, em termos de sexualidade, também personificava a naturalidade.

De modo geral a beleza e juventude passam a ser requisitos da cultura de massa, conseqüentemente permeando o cinema e seu *star system*. Edgar Morin (1980) ressalta como a beleza é um atributo essencial para a estrela de cinema. Segundo ele, a beleza é um dos suportes míticos e fonte de estrelato. Portanto, qualquer mulher bela é uma estrela em potencial, que pode ser fisgada pelo *star system* e transformada em mito.

Além disso, o estrelismo não se contenta com a beleza natural, é preciso potencializá-la através de maquiagem, ângulos de câmera, iluminação ou até mesmo cirurgia plástica. Edgar Morin pontua que a maquiagem do cinema hollywoodiano “diminui a eloquência da face, confere uma nova eloquência. Despersonaliza a estrela para superpersonalizar,” ajudando a atriz a transformar seu rosto em um tipo ideal. Desta forma, “a pintura acentua, estiliza e realiza definitivamente a beleza sem falhas, sem mancha, harmoniosa e pura” (1980, p.38).

A maquilhagem de cinema não opõe um rosto sagrado ao rosto profano da vida quotidiana; eleva a beleza quotidiana ao nível de uma beleza superior, radiosa, inalterável. A beleza natural da atriz e a beleza artificial da maquilhagem conjugam-se numa síntese única. A beleza maquilhada da estrela impõe uma personalidade unificadora à sua vida e aos seus papéis (MORIN, 1980, p. 38).

A maquiagem foi tão importante no cinema, que Hollywood foi a fonte da indústria de maquiagem moderna. Os produtos desenvolvidos e aprimorados pelas marcas Max Factor e Elizabeth Arden começaram para servir às estrelas nas telas e foram se espalhando para os rostos de todo o mundo (MORIN, 1980).

A estrela também deve ser jovem, mas diferentemente da década de 1920 quando as atrizes estavam com seus 20 anos, após os anos 1940, elas poderiam ser sempre jovens e belas, uma vez que os institutos de beleza começaram a investir em modos eficazes de rejuvenescimento. Porém, a carreira das mulheres é mais curta que a dos homens, pois estes podem atingir uma idade ideal considerada sedutora. Já as mulheres, quando as rugas não puderem mais ser disfarçadas, deverão envelhecer em silêncio e escondidas, para ter sua imagem jovem conservada na mente dos espectadores (MORIN, 1980).

Segundo Gilles Lipovetsky (1997), com o culto as estrelas, o século XX testemunhou uma promoção excepcional do valor da beleza, inédita. Até então, a beleza feminina era associada a uma armadilha mortal. A mulher bela ao mesmo tempo em que era objeto de veneração, causava desconfiança nos homens. Além disso, a beleza feminina era usada para mostrar o poder econômico de seus pais ou maridos em uma contrapartida sexual ou ligação matrimonial. Após o advento da indústria do cinema, a beleza feminina não se concretiza apenas em um mercado sexual, mas também midiático:

De onde há a emergência de um novo poder da beleza feminina: ganhar uma fama planetária, ser admirada pelas massas, levar uma vida boa graças a uma atividade profissional reconhecida socialmente e independente de troca sexual. Se a estrela é um fenômeno inseparável da era democrática, não é somente porque as pessoas de todas as condições podem em direito fingir acender à glória midiática, mas também porque um valor tradicionalmente feminino, a beleza, permite elevar as mulheres a um nível de consagração social igual ao dos homens (LIPOVETSKY, 1997, p. 179).

Pode-se pressupor que é por isso que a beleza é fundamental no estrelato, uma vez que a beleza física é associada à beleza interior. Edgar Morin (1980) narra como o corpo ideal da estrela mostra uma alma ideal. Assim, a estrela é profundamente boa, não só nas telas, mas também em sua vida pessoal. Esta conjugação entre beleza e espiritualização constitui a sua “sobrepersonalidade”. Esta característica deve ser evidenciada pela aparência: elegância, roupas, propriedades, animais, viagens, amores, luxos, refinamento, extravagância e uma dose de simplicidade requintada.

A partir disto, Cristina Meneguello considera a estrela imaterial, porém ao mesmo tempo real, uma vez que ela não apenas divulga a realidade, mas produz a sua própria realidade também. Deste modo, a estrela “é o lugar onde se atualizam os signos colocando-os em circulação: ela lança modas, comete ousadias e sedimenta perfis essencialmente femininos”. Ou seja, a estrela é uma entidade ligada a signos de moral, gosto e valores que atuam na produção de subjetividade. Portanto, a mídia ao misturar a vida pública e privada dos astros, gera uma “cinematografização do cotidiano”, propondo coexistir “mãe amantíssima, dona de casa, mulher fria e vamp de cobiça o homem alheio” (1992, p.168-170).

Esta cinematografização do cotidiano afeta os espectadores na medida em que estes signos compartilhados pelos filmes e suportes midiáticos que envolvem a estrela, são trabalhados em forma de conselhos, dicas e publicidade, o que leva ao mimetismo do público. Desta forma, Hollywood acabou ditando sua própria moda, ajudando o desenvolvimento da indústria de cosméticos, alavancando o consumo no país e difundindo valores baseados no *american way of life* (MENEGUELLO, 1992).

A imitação é um código próprio à mídia, uma fala que ela potencializa na repetição dos convites a se parecer com o astro, a seguir seu conselho, a arrumar a casa como eles. Os efeitos que estes “signos de imitação” provocam não são de simples cópia ao modelo, mas efeitos incertos de um fluxo propagado que podem tanto se dispersar quanto criar as “coqueluches” e as modas. O ideal de amoroso se expande através do gestual hollywoodiano, compondo tipos. Este ideal se serve de instrumentos que se inscrevem sobre o corpo, alterando-o, como os cosméticos, os modelos de roupas, os modos de caminhar e o gestual de maneira geral (MENEGUELLO, 1992, p.176-177).

De acordo com Jeanine Basinger (1993) o vestuário e o *glamour* eram conexões diretas com as necessidades da audiência feminina de ver bens que elas nunca poderiam ter ou experimentar sentimentos que não fazem parte de suas vidas cotidianamente. Assim, Edgar Morin (1980) complementa que o vestuário é um dos principais pontos onde se fixam os mimetismos do público. Ele pontua que as estrelas se colocaram na vanguarda das grandes correntes da moda, quebrando ou suavizando as normas vestimentárias.

As barreiras da sexualidade do vestuário são ultrapassadas no caso das estrelas femininas anexando o *tweed*, as peúgas⁸, os calções, as calças

⁸A palavra não é mais utilizada no Brasil, mas segundo o Dicionário Editora da Língua Portuguesa (2012) significa meias.

(...). As estrelas sabem o que o chique se diverte a pedir emprestadas as aparências do antichique, que o excepcional é por vezes o muito simples, que a modéstia requintada (atributo indispensável a todas as grandes personalidades) provoca o deslumbramento supremo (MORIN, 1980, p. 41).

Desta maneira, Giselle Gubernikoff (2016) destaca que há uma variedade de objetos apropriados pelo cinema através do estrelismo divulgado com o reforço de campanhas publicitárias e artigos da imprensa que são adotados pelo público por meio da identificação com a imagem da estrela. Isto ocorre principalmente com mercadorias que a autora denomina “mágico erótico”, ou seja, aquelas relacionadas aos cabelos, penteados, maquiagens e perfumes.

Dentro deste sistema patriarcal de troca é importante o estímulo da imagem narcisística da mulher na tela, onde se testemunha não só a idealização do corpo feminino, mas também de todo o ambiente circunscrito, e onde se propõe um estilo de vida ideal. Portanto, nessa relação não temos apenas o filme como mercadoria, que deve, através da venda do ingresso se autofinanciar. Mas também temos o fotograma como vitrine, onde se vende a “mulher-objeto” e um estilo de vida idealizado, vive a dialética entre ser e ter (GUBERNIKOFF, 2016, p.121).

Giselle Gubernikoff (2016, p.109) pontua como Hollywood investiu no público feminino, criando produções voltadas para suas espectadoras, “concebendo ou apoiando a venda de produtos que iam ao encontro daquela imagem idealizada projetada na tela”. Assim, tem-se o surgimento do que se denominou “cinema de mulheres”, que incluem gêneros como o melodrama – *Stella Dalla*, *Mãe Redentora* (1937), *A Estranha Passageira* (1942), *Acordes do Coração* (1946), - por exemplo, relacionado à exposição e venda de bens a serem comercializados. A autora destaca que “contígua a uma linha de produtos, o que se vendia era uma ideia de feminilidade, associando a um corpo fetichizado e narcisístico” (2016, p.122).

Conforme Giselle Gubernikoff, Mary Ann Doane ressalta que:

ter e aparecer são entrelaçados na significativa seleção narcisista da mulher com a mercadoria. A comercialização pressupõe a relação aguçada de autoconsciência do corpo a que é atribuída a feminilidade. A operação efetiva do sistema de mercadoria requer a quebra do corpo em partes – unhas, cabelos, pele, hálito – cada uma das quais pode ser melhorada constantemente com a compra de uma mercadoria (2016, p.123).

De acordo com Cristina Meneguello, o consumo dos produtos não visa somente a beleza e outros atributos físicos como objetivo final, mas estas qualidades como meio de se adquirir amor ou sucesso, por exemplo. Deste modo, ao se adquirir o produto não se conquista “apenas a maciez de sua pele, o perfume de seus cabelos ou o tom dos lábios. Nas promessas da propaganda está a própria personalidade dos astros, seus atributos morais, qualidades e modos de vida” (1992, p132).

Portanto, Giselle Gubernikoff (2016) ressalta que toda a construção da estrela através de artifícios, como maquiagem e vestuário, não possuem papel apenas estético, mas exercem uma função maior, a de exprimir a ideologia dos grandes estúdios, pautados no modo de vida norte-americano. Richard Dyer (1998) complementa reiterando que o estrelato pode ser visto como uma versão do *american dream* organizado em torno de temas como consumo e sucesso.

Assim, segundo Richard Dyer as estrelas se tornaram modelo de consumo. “Elas podem até gastar mais que a maioria da população, mas em uma escala menor, elas podem ser imitadas. Suas roupas copiadas, seus modismos seguidos, seus esportes buscados e seus hobbies praticados” (1998, p.39). Já o sucesso no *star system* consiste na crença de que qualquer pessoa pode alcançar o topo, independentemente de talento ou dedicação. Porém o autor ressalta que a questão do sucesso é marcada por contradições, uma vez que é possível encontrar nas estrelas discursos que negam essa “sorte” ao afirmarem que é preciso trabalho árduo e profissionalismo, para chegar ao estrelato.

1.2. O estrelismo brasileiro

Apesar da presença do *star system* hollywoodiano no Brasil em revistas de variedades como *O Cruzeiro* (1928-1975), *Revista da Semana* (1900-1960) e *Fon-Fon* (1907-1945) e aquelas dedicadas ao cinema que surgem a partir dos anos 1920, o estrelismo propriamente nacional teve suas origens no rádio, e não no cinema. De acordo com Maria Luisa Hupfer, o rádio foi considerado o primeiro veículo de comunicação de massa do país, transformando-se em “produto e, ao mesmo tempo, em instrumento de expansão dos novos valores criados pelo processo urbano-industrial; um difusor, bem como um espelho do estilo de vida que esse novo processo originava” (2009, p.20).

Segundo Lia Calabre (2004), o rádio foi trazido para o Brasil em 1922 durante as comemorações do centenário da Independência do país e começou a operar através dos esforços de Roquette Pinto (1884-1954) e Henrique Morize (1860-1930), que juntos fundaram a Rádio Sociedade, uma emissora cuja programação seria exclusivamente voltada para ações culturais e educativas para um público majoritariamente elitista. A autora pontua que neste momento o setor de radiodifusão era uma área de incertezas, uma vez que consistia em um investimento caro e de retorno duvidoso.

Durante o final da década de 1920, o rádio passou por um período de profissionalização e popularização. Maria Luisa Hupfer (2009) narra que isto se deu no momento em que o veículo se transforma em negócio, e a propaganda entra em seus domínios. Em 1932, com o decreto do governo Vargas que regulamentou o serviço de rádio, permitindo a veiculação de publicidades, surgiram os programas da variedade, que traziam abertura para os artistas populares e a música popular. Esta nova fase do rádio, conforme pontua a autora, mais democratizado e que falava a língua que o povo entendia, contribuiu para a divulgação da música popular brasileira, principalmente o samba e as marchinhas, trazendo maior popularidade para artistas e intérpretes que já se apresentavam em shows e cassinos.

Os recursos que a publicidade trouxe ao rádio permitiram que ele se tornasse um veículo único, aglutinando com capacidade surpreendente o poder de divertir, vender e informar. Em poucos anos criou fenômenos até então desconhecidos, tais como a popularização de artistas nacionais, transformando-os em ídolos, fã-clubes que atingiam o país inteiro; o aparecimento de revistas especializadas em rádio; a criação de um departamento de cartas na Rádio Nacional, em que quinze funcionários triaram 15 milhões de cartas entre a segunda metade dos anos 1940 e a primeira metade dos anos 1950, e ainda a eleição da Rainha do Rádio, que dividia opiniões e movimentava o país (HUPFER, 2009, p.23).

No final da década 1930, o rádio já era um fenômeno social, influenciando comportamentos e ditando modas e valores, de tal modo que o veículo entra nos 1940 totalmente transformado e profissionalizado (HUPFER, 2009). O rádio foi um importante difusor de novos hábitos de consumo, levando ao interior do país as novidades da modernidade que chegavam aos grandes centros (CALABRE, 2004). Deste modo, a partir dos anos 1940 o rádio brasileiro entra em sua era de ouro.

Neste contexto, o rádio brasileiro começa a criar suas grandes estrelas. Com a popularização da música popular e seus intérpretes promovida pelas emissoras, o

veículo criou um estrelismo em torno de seus astros, incentivado pela imprensa e pelo poder público.

O sucesso era tão grande que foram lançadas revistas especializadas, como a *Revista do Rádio* e a *Radiolândia*⁹, com distribuição nacional. As pessoas desejavam saber que aparência tinham, o que vestiam, o que consumiam e como moravam seus astros prediletos. Se possível, desejavam tocar nos donos das vozes que embalavam seus sonhos. Eles poderiam ser vistos ao vivo nos programas de auditório que levavam multidões até as rádios. Em geral, eram programas longos e compostos por uma série de quadros com música, brincadeiras, teatro e concursos. Além de conhecer seus astros prediletos, nesses programas os ouvintes poderiam ainda levar para casa os brindes distribuídos pelos patrocinadores (CALABRE, 2004, p.31).

O culto às estrelas de rádio no Brasil neste período foi tão grande, que eram promovidos entre as principais cantoras concursos de Rainha do Rádio. De acordo com Maria Luisa Hupfer (2009), o primeiro concurso foi realizado em 1936 pelo jornal *Diário da Noite*, mas foi algo isolado e não houve muita repercussão. Até que em 1948 a Associação Brasileira de Rádio (ABR) começou a organizá-lo de forma a arrecadar fundos para a construção do Hospital dos Radialistas. Uma vez eleita, a rainha era transformada em produto especial, ajudando na venda de eletrodomésticos, roupas, cosméticos e na disseminação de comportamentos. A autora destaca que isso acontecia com as cantoras que também não eram eleitas, mas que a eleição ao título de rainha potencializava a capacidade de venda.

Maria Luisa Hupfer também observa a necessidade da criação de modelos de representação que propiciassem a identificação do espectador. Deste modo, o principal padrão era uma imagem positiva e bem comportada, para compensar o conceito comum da época de que mulheres que trabalhavam no rádio, cinema ou teatro “não eram boa coisa”, e para seguir o modelo já bem sucedido norte-americano. “Uma moça simples, suburbana, sonhadora, ingênua, talentosa e acima de tudo cumpridora de seus deveres. [...] O rádio criava o fato e as revistas o trabalhavam” (2009, p.50).

Neste contexto da popularidade das cantoras de rádio, a cinematografia brasileira se encontrava em franca atividade. Nos anos 1930, após chegada do cinema sonoro no Brasil e o surgimento das comédias musicais, as estrelas do rádio começaram também a circular nos filmes nacionais. Deste modo, estúdios como a Cinédia, que investiram nas chanchadas, passaram a mostrar os bastidores do teatro de revista e do rádio, trazendo

⁹ Criadas respectivamente em 1948 e 1952.

para as telas cinematográficas as grandes vedetes da mídia. “O cinema sonoro permitiria que milhares de fãs ouvissem – e principalmente vissem – seus ídolos já famosos no disco e sobretudo no rádio” (HUPFER, 2009, p.152).

As chanchadas passam então a dominar as salas de exibição do país até os anos 1950. João Luis Vieira destaca o papel da Rádio Nacional neste processo:

De certa maneira, nos anos seguintes, a chanchada desenvolveu-se em consequência do sucesso do rádio, no auge da Rádio Nacional, dos programas de auditório, das novelas, da Revista do Rádio. Ela trouxe o rádio até o cinema, reproduzindo, numa primeira fase, uma estética consagrada em programas de auditório ao colocar o espectador, numa posição privilegiada e mais democrática – na medida em que chegava aos subúrbios e ao interior do país –, no “auditório”, onde seus cantores prediletos estavam mais próximos, com o mesmo microfone, as familiares cortinas, apresentadores e orquestras que compunham os elencos exclusivos de rádios como a Nacional ou a Tupi do Rio de Janeiro (2003, p.48).

Carmen Miranda (1909-1955) foi um dos grandes nomes da música a ser explorado pelas comédias musicais. De acordo com Ruy Castro (2005) em sua biografia a intérprete, mesmo antes do grande sucesso se balançava entre a música e o cinema, o que se evidenciou quando em 1929 já iniciando sua carreira musical, Carmen enviou uma foto para o concurso promovido pela revista *Cinearte* que buscava novas estrelas para estrear o filme *Barro Humano* do diretor Adhemar Gonzaga. Apesar de não conseguir um papel no longa, sua carreira enquanto cantora começou a deslançar quando gravou *Taí*, em 1930.

Deste modo, já consagrada cantora de sambas e marchinhas no cenário musical brasileiro, Carmen Miranda faz sua estreia no cinema em 1933 no filme *A voz do carnaval* de Adhemar Gonzaga (1901-1978) e Humberto Mauro (1897-1983), primeiro longa sonoro da Cinédia, inaugurando a era das comédias musicais. Ana Rita Mendonça (1999) mostra que as revistas de fã da época deram à cantora o título de figura mais popular do cinema brasileiro, o que era medido no período através do número de cartas recebidas por cada estrela na imprensa.

Acerca da popularidade da intérprete, Ruy Castro complementa:

Sua enorme popularidade podia ser checada a cada instante: na lotação dos cinemas e dos clubes que se apresentava, na quantidade de discos que vendia, e nos convites para visitar oficialmente todo tipo de estabelecimento – desde as piscinas do Copacabana Palace, “para tomar um drinque”, até a casa Hermanny, loja de perfumes na rua Gonçalves Dias, para experimentar um novo aroma. O Rio a tinha

como sua namorada. Homens e mulheres a admiravam por igual e a paravam na rua para lhe dizer isso (2005, p.98).

Assim, como pontua Ana Rita Medonça (1999), Carmen Miranda foi figura constante nas telas das chanchadas até sua partida para Hollywood em 1939, se tornando a estrela de maior destaque do período. Sair das ondas do rádio para as telas do cinema também seria o destino das cantoras eleitas Rainha do Rádio. Para Maria Luisa Hupfer (2009), o cinema enquanto suporte mercadológico para o rádio e a indústria fonográfica, abriu espaço para as rainhas do rádio, que uma vez eleitas já eram logo direcionadas para estrelar as chanchadas. Portanto, não só o estrelismo brasileiro teve sua origem no rádio, mas também o estrelismo do cinema brasileiro especificamente.

Em 1941 com o surgimento e consolidação da Atlântida Empresa Cinematográfica do Brasil S.A (1941-1962), companhia cuja identidade foi a produção de comédias musicais, as chanchadas ganharam novas características. Segundo João Luis Vieira, o estúdio foi marcado por um esquema industrial sustentado por técnicas pouco sofisticadas visando máximo lucro através da redução de custos. Esta era uma empreitada inédita até então no país. “Em sua maioria, essa produção apoiava-se na repetição de fórmulas de sucesso comprovado e, articulado com outros ramos da indústria cultural, como o rádio, o teatro, o circo e a imprensa, buscava [...] o desenvolvimento de uma política de estrelismo” (1987, p.160).

Nesta nova fase, o gênero teria narrativas mais complexas e personagens tipificados, libertando-se assim dos “limites de uma encenação marcadamente teatral e/ou radiofônica” (VIERIA, 2005, p.49).

A fusão rádio e cinema materializou-se de maneira inseparável graças aos nomes já célebres do rádio, que possuíam por sua vez, fãs-clubes espalhados por toda a cidade, com filiais também em outros estados, como os de Emilinha Borba, Ângela Maria ou Marlene, arrastando multidões aos cinemas. Numa época ainda distante da difusão da televisão como veículo de massa no país, o cinema reinava absoluto como a única forma de corporificar as vozes famosas do rádio através das imagens das chanchadas (VIEIRA, 2003, p.53).

Para o autor, o filme de Watson Macedo (1919-1981), *Carnaval no Fogo* (1949) foi paradigmático para o estúdio e para a cinematografia nacional, pois introduz novos elementos narrativos advindos de gêneros como o policial e o suspense. Além disso, apesar da Atlântida também trabalhar com os astros e estrelas do rádio, foi a primeira vez que uma produção nacional teria atores exclusivamente cinematográficos:

Com sua constelação típica de personagens, *Carnaval no fogo* introduziu na chanchada as primeiras estrelas genuinamente cinematográficas no Brasil, em contraponto às estrelas do rádio da primeira fase. Com isso, a chanchada foi bem sucedida ao reproduzir aqui o esquema competente do estrelismo (*star system*) de Hollywood, consagrando uma plêiade de novos atores e atrizes (VIEIRA, 2003, p.50).

O autor também salienta como *Carnaval no Fogo* foi importante na instauração do triângulo “galã-mocinha-vilã” associado aos astros núcleo central, um modelo que seria repetido nas chanchadas posteriores. Tal triângulo permitia ao público ter uma identificação maior com as estrelas. Além disso, seguiam a tradição narrativa em que o bem prevalece sobre o mal, o que era evidenciado através da construção física dos personagens, materializando nas telas atributos como beleza, pureza sentimental, boas intenções, honestidade, liderança, confiança e determinação. Deste modo, à moda de Hollywood, *close-ups*, maquiagens e iluminação que evidenciassem a juventude a fotogenia eram trabalhados.

Apesar das estrelas brasileiras já aparecerem nas revistas de fãs anteriormente, estas foram de extrema importância para emplacar os estúdios criados neste momento e suas estrelas. João Luis Vieira exemplifica isto através da revista *Cinelândia* que ajudou a promover o estrelismo da Atlântida:

Com o sucesso crescente dos filmes da Atlântida, que conseguiam chegar a um grande público através da distribuição e exibição organizadas de Luís Severiano Ribeiro Jr., pouco a pouco os brasileiros foram se acostumando a ver em nossas telas os atores e atrizes com quem começavam a se identificar [...].

Cinelândia ajudava no desenvolvimento do estrelismo da Atlântida, reforçando os estereótipos necessários para materializar a velha, mas ainda eficaz lei dos tipos, sustentáculo maior da redundância almejada pela Atlântida (1987, p.162).

Desta maneira, a revista apresentava o galã ou a pin-up da quinzena dentro dos padrões ditados por Hollywood, respeitando e repetindo atributos indispensáveis aos “heróis” e as “mocinhas” tais como: “juventude, alegria, ingenuidade, candura, tudo isso sublinhado pelas qualidades de ser prestativa e amorosa, respeitando, obviamente os limites impostos pelo recato necessários a esses filmes, assistidos livremente por toda a família” (VIERIA, 1979, p.162). Neste contexto, Luciana Crivellari Dulci (2004) destaca o papel de Eliana Macedo (1926-1990) difundido nas chanchadas. Assim como citado por Vieira, a atriz que foi criada para o cinema, encarnava nas telas o tipo mocinha romântica.

Analogicamente ao papel das divas hollywoodianas e sua influência na moda e no comportamento de mulheres de todo o mundo, Eliana, através de suas personagens refletia, mas também ditava o comportamento desejável para as mulheres no imaginário dominante da época. O tipo mocinha recatada e “boa” para casar e constituir família representava e espelhava anseios da mulher brasileira, sobretudo nas classes média e baixa, entre as décadas de 40 e 50. Nos aspectos referentes à composição do estilo pessoal, também a apresentação de Eliana colaborava para a confirmação do tipo feminino predominante nestes anos. E as roupas que usava nas composições de suas personagens mostravam as tendências da moda que chegava ao Brasil, adaptadas às condições brasileiras (DULCI, 2004, p.114).

Sobre o cinema nos anos 1950 no Brasil, Vieira (1987) observa que foi um período em que a comédia carioca se cristalizou. Conforme Luciana Crivellari Dulci (2004), a criação da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, em 1949, em São Paulo veio trazer rivalidade para com a carioca Atlântida e suas chanchadas.

Criada no contexto do pós-guerra e da ditadura do Estado Novo, em que São Paulo vivia um período de efervescência cultural, onde o interesse pelo cinema crescia através da fundação de cineclubes e grupos de debate, a Vera Cruz surgiu com a proposta de fazer filmes voltados para um público mais elitizado (MACIEL, 2008).

Pretendia fazer um cinema “essencialmente brasileiro”, mas de “qualidade internacional”, que pudesse ser mostrado às plateias de todo o mundo. Buscava ampliar o público do filme nacional a outros setores da sociedade brasileira, que não só as crianças e as camadas populares – recorrentemente associados como público predominante das chanchadas cariocas.

Acreditava-se que esta produtora se diferenciaria da Atlântida desde seus objetivos conceituais, por propor um cinema mais cuidado, sem improvisações, com riqueza cenográfica e nas vestimentas utilizadas por seus atores. Com este intuito, a Companhia investiu muitos recursos na aquisição de equipamentos modernos, na construção de grandes estúdios e na contratação de uma equipe técnica conceituada e experiente, inclusive com profissionais vindos do exterior [...] (DULCI, 2004, p.76).

Além da produção cinematográfica nacional em bases industriais, a Vera Cruz tentou implementar também um *star system* brasileiro inspirado nos moldes hollywoodianos. De acordo com Ana Carolina Maciel (2008), a companhia foi a primeira a adotar um Departamento de Publicidade, um de seus pilares mais bem estruturados, responsável por expedir matérias para veículos de comunicação de todo o país. Desta forma, este setor desempenhou o papel de eleger e divulgar os nomes que estreavam suas películas. A autora destaca que as imagens das estrelas brasileiras

circulavam concomitantemente com as *stars* importadas, uma vez que os filmes estrangeiros, principalmente hollywoodianos, já estavam consolidados no imaginário dos espectadores quando se tem a fundação da Vera Cruz.

Pode-se dizer, inclusive, que enquanto o estrelismo nacional ainda surgia, o reino das hollywoodianas já apresentava sinais de desgaste, uma vez que segundo Edgar Morin (1980), desde 1948 a televisão se mostrava uma ameaça para o cinema norte-americano. No entanto, apesar da produção cinematográfica do país não ter se firmado, os astros brasileiros, mesmo que com espaço menor em relação às estrelas internacionais, foram amplamente veiculados pelos periódicos ilustrados, que exerceram um forte papel na difusão das produções nacionais e suas estrelas (MACIEL, 2008).

Desta maneira, na tentativa de alavancar uma proposta de cinema industrial no país, a Vera Cruz baseou-se também no *star system* como forma de divulgação. Ana Carolina Maciel (2008) pontua que dentre os nomes lançados ao estrelato pelo estúdio, Eliane Lage (1928) foi escolhida para ser “carro-chefe” da Companhia. Assim, a atriz teve sua imagem cultivada pela imprensa em parceria com o estúdio.

A maneira como foi estruturada sua “biografia” na imprensa muito se assemelha a um enredo cinematográfico. Alguns temas foram (e ainda são) amplamente explorados, dentre eles podemos destacar sua origem abastada, sua negação do estrelato e seu despojamento, sua paixão pelo marido, o fato de ser uma mãe dedicada, sua opção por uma vida reservada e o gosto pela natureza (p.203).

Ana Carolina Maciel (2008) observa o padrão de comportamento representado pelo *star system* nacional neste momento. Há uma valorização da mulher dedicada ao matrimônio, à maternidade e ao lar, de tal modo que se renuncia à carreira diante do amor e da família. Embora as estrelas não se dediquem inteiramente à vida doméstica por possuírem uma carreira cinematográfica, elas sempre evocam o desejo de encontrar um amor para se casar, muitas vezes cogitando deixar a atuação de lado. Portanto, estes modelos femininos explorados pelos periódicos evocam certos papéis tradicionais dos anos 1940 e 1950, pois conforme destaca Carla Bassanezi Pinsky (2014), este período foi marcado por um ideal de felicidade conjugal, em que a maior forma de realização da mulher seria se dedicar ao casamento, aos filhos e ao lar, de tal modo, que isto se tornava um atributo natural atrelado a uma noção de “essência feminina”.

Além disso, Ana Carolina Maciel (2008) também nota uma predominância da imagem da mulher consumidora de confortos da vida moderna, como aparatos tecnológicos para a manutenção do lar, cigarros, rádios e cosméticos embelezadores, já

que “o vínculo entre imprensa feminina e consumo se intensifica acompanhando o crescimento da indústria de bens ligados à mulher e à casa e o aumento do poder aquisitivo de setores da população” (PINSKY, 2014, p.19).

1.3. Tônia Carrero: percursos do estrelato

Dentre as estrelas lançadas no cenário cinematográfico brasileiro, Tônia Carrero (1922) foi um dos grandes destaques no estrelismo nacional. Nascida Maria Antonietta Portocarrero em 23 de agosto de 1922 no Rio de Janeiro, foi uma das atrizes lançadas ao estrelato no contexto da tentativa da cinematografia nacional em emplacar, juntamente de um sistema de filmes industriais, um estrelismo criado no país.

Desde criança, Tônia já manifestava amor pelo cinema e seus astros, como demonstra sua autobiografia *O monstro de olhos azuis* (1986). De acordo com a atriz, em 1936 ou 1937 começou a frequentar assiduamente as salas de exibição e ao voltar das matinês, passava dias imitando as intérpretes e os personagens de quem mais gostava.

Raciocinava depressa e em vez de responder ou falar como ela própria, era a personalidade da outra que saía dela, que respondia por ela. Perdia este personagem, ganhava outro a seguir. ‘Jezebel’ fez ela ficar dramática. Ginger Rogers obrigou-a a um sorriso falso e cascatas de cachos (CARRERO, 1986, p.102).

Em suas memórias, também fala sobre como sonhava com o universo hollywoodiano: “É normalista mas sonha com Hollywood. Coleciona as figurinhas das balas Fruna num álbum, com cuidado. Quem sabe um dia eu também vou aparecer na coleção das balas Fruna?” (CARRERO, 1986, p.85). Cercada pelas páginas cinematográficas das revistas de fãs compradas por seu pai, militar penambucano, Tônia aos doze anos já começava a moldar sua aparência tal qual a das estrelas vistas em suas coleções.

O pai encoraja (sem saber?) sua ambição. (...) Traz biscoitos, pãezinhos, uns queijos fedidos para ele, mas sobretudo revistas de cinema! *Cena muda*, *Cine-arte*. E uma vez por mês, oh maravilha!, *Cinegraff*, revista argentina da UFFA alemã, com mirabolantes fotografias. E umas vinhetas no fim da página assinadas por Caribé. Os melhores fotógrafos do mundo: Cecil Beaton, Man Ray. Figurinos de Adrian, Esther Halston e muitos outros que passaram a ser pessoas adoradas, quase tanto quanto os astros. E chegam ao Brasil os

produtos Max Factor, “os produtos das estrelas”! Que dinheirão o pai gastou entre a mãe e a filha. (...) Nesta altura decidem que a garota deve ser *platinum-blonde* e fazer permanente para se encher de cachos. Permanente ou “ondulação permanente” era uma novidade. (...) A garota de doze anos se acha maravilhosa. Na verdade o cabelo ficava um pavor, horrivelmente amarfanhado por um tempão, uns dois meses! (...) Ela nem liga porque depois era de ser ver: suave e encacheado sem desmanchar nunca. Nem com chuva nem com banho de mar. Igualzinho às atrizes nos filmes, que tomavam cada tempestade e continuavam penteadinhas (CARRERO, 1986, p.95-96).

Porém, enquanto Tônia fala em sua autobiografia sobre o sonho de ser estrela hollywoodiana, em uma matéria publicada em 22 de abril de 1947 na revista *Scena Muda*, o jornalista, que não é identificado, escreveu que a atriz disse nunca ter pensado em cinema. Deste modo, apesar de usarmos como fonte autobiografias e biografias para compreender a trajetória de Tônia Carrero, é importante problematizar estas falas, uma vez que neste nicho de obra os sujeitos retratados estão suscetíveis à construção de imagens, sejam elas subjetivas ou objetivas. Portanto, Contardo Calligaris afirma como é essencial ser cuidadoso com o uso destas fontes, uma vez que “vivemos em uma cultura onde a marca da subjetividade de quem fala ou escreve constitui um argumento e uma autoridade tão fortes quanto, senão mais fortes que, o apelo à tradição, ou a prova dos fatos” (1998, p.44). Além disso, Pierre Bourdieu (2006) considera as autobiografias e biografias como vidas organizadas, onde uma história ocorre seguindo uma ordem cronológica e lógica:

Sem dúvida, cabe supor que o relato autobiográfico se baseia sempre, ou pelo menos em parte, na preocupação de dar sentido, do tornar razoável, de extrair um lógica ao mesmo tempo retrospectiva e prospectiva, uma consistência e uma constância, estabelecendo relações inteligíveis, como a do efeito à causa eficiente ou final, entre os estados sucessivos, assim constituídos em etapas de um desenvolvimento necessário. (...) Essa propensão de tornar-se o ideólogo de sua própria vida, selecionando, em função de uma intenção global, certos acontecimentos significativos e estabelecendo entre eles conexões para lhes dar coerência, como as que implicam a sua instituição como causas, ou com mais frequência, como fins, conta com a publicidade natural do biógrafo, que a começar por suas disposições de profissional de interpretação, só pode ser levado a aceitar essa criação artificial de sentido (BOURDIEU, 1996, p.184-185).

Deste modo, Marie Christine Josso (2006) reitera que os relatos biográficos ou autobiográficos buscam valorizar aspectos particulares da existência de acordo com sua intenção. Assim, devemos ter em mente tanto em ambos as narrativas, o que vemos é uma determinada imagem de Tônia Carrero representada diante de sua biógrafa e de sua

própria escrita, seja esta imagem construída de forma objetivamente intencional ou não. Além disso, o fato da atriz falar de si na terceira pessoa em sua autobiografia também deve ser questionado. Teria Tônia utilizado um escritor fantasma? Ou seria uma forma de simbolizar que a obra em questão retrata Tônia Carrero, atriz de cinema, teatro e TV, e não Maria Antonietta Portocarrero, indicando, assim, que a estrela se constitui de uma personagem?

Em biografia sobre a intérprete, Tania Carvalho (2009), o fascínio exercido pelo cinema permaneceria conservado durante a adolescência, o namoro aos 14 anos com artista plástico Carlos Thiré (1917-1963), com quem se casaria três anos depois, a formatura em Educação Física em 1941 o nascimento de seu único filho Cecil Thiré (1943) dois anos mais tarde. Até que em 1947, Tônia faria sua primeira participação nas telas, seria figurante no filme *Querida Suzana*, uma produção da Cinelândia Filmes dirigida por Alberto Pieralisi. Segundo a autora, a atriz não teria nenhuma fala na película, porém insistiu tanto com o diretor que este acabou cedendo. Assim, no filme ela já aparece nos créditos como Tônia Carrero e ganha destaque na mídia. A revista *Scena Muda* (1947, edição 16), por exemplo, anuncia em reportagem assinada por Roberto Ruiz “Uma nova estrêla do cinema nacional: Tônia Carrero”, onde em página dupla discorre sobre a vocação da nova atriz e seus possíveis próximos passos. Porém, logo antes da estreia, vai a Paris, acompanhada do marido, estudar teatro com Jean-Louis Barrault (1910-1994), deixando o filho aos cuidados de Bá Luíza¹⁰, que também havia sido sua babá. É neste momento que descobre sua real vocação e deixa de lado o nome Maria Antonietta Portocarrero para se tornar de vez Tônia Carrero.

Tônia se destacava por sua aparência, e esta lhe abria portas. Sua beleza chamou a atenção do diretor Fernando de Barros (1915-2002) que a convidou para participar dos filmes *Caminhos do Sul* (1949) e *Quando a Noite Acaba* (1950), posteriormente intitulado *Perdida pela Paixão*¹¹. Neste meio tempo, Tônia se envereda para os caminhos do teatro e estrela *Um Deus Dormiu lá em Casa* (1949) de Guilherme

¹⁰ Não conseguimos encontrar mais informações sobre a babá Luíza.

¹¹ Primeiramente intitulada *Quando a noite acaba*, a película teve seu nome alterada para *Perdida pela Paixão*. Não foi possível encontrar mais informações sobre a troca, como motivo ou data em que ocorreu, porém é possível observar ocorrências onde o título aparece como *Perdida pela Paixão (Quando a noite acaba)*, como o próprio cartaz do filme.

Figueiredo¹², com direção de Silveira Sampaio¹³, ponto de partida para diversos espetáculos da dupla (CARVALHO, 2009).

Em seguida, já consagrada, Tônia se juntou ao elenco de atrizes da Cia Cinematográfica Vera Cruz, onde atuou nos longas *Apassionata* (1952), de Fernando de Barros, *Tico-tico no Fubá* (1952) de Adolfo Celi (1922-1986), e *É Proibido Beijar* (1954), de Ugo Lombardi (1911-2002). Foi *Tico-tico no Fubá*, inspirado na vida do compositor Zequinha de Abreu (1880-1935), o grande sucesso do estúdio. Celi foi indicado o melhor diretor no Festival de Cannes daquele ano e Tônia foi convidada para se tornar uma estrela do cinema italiano, porém, de acordo com Tânia Carvalho (2009), a atriz, já separada de Thiré, em romance com Celi, com quem viria a se casar posteriormente, se recusou a ir.

Embora fizesse parte do elenco de uma das principais companhias cinematográficas do país, Tônia continuou se dedicando ao teatro e em 1953 integrou o grupo do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC – 1948-1964). Com o fim da Vera Cruz em 1954, a atriz funda ao lado do ator Paulo Autran (1922-2007) e do diretor Adolfo Celi (1922 – 1986) a Companhia Tônia-Celi-Autran (1956-1962), e posteriormente ingressa na carreira televisiva, nos anos 1960. (CARVALHO, 2009).

Através de prévia observação destes resultados, foi possível notar uma dificuldade em separar a Tônia Carrero, atriz de cinema, da atriz de teatro e da atriz de TV, uma vez que a intérprete é apresentada como estrela teatral e cinematográfica ou sua trajetória nos dois veículos são exploradas nas matérias.

Neste período, referente às décadas de 1940 e 1950, o teatro brasileiro se consolidava como moderno, passando por transformações que rompiam com a dramaturgia ligada ao mercado de diversão popular característicos dos séculos XVIII e XIX, ganhando assim status de arte requintada. De acordo com Tânia Brandão:

(...) a transformação do espetáculo, a partir dos últimos anos de século XIX, foi favorecida devido “à coexistência de um desejo de ruptura e de uma possibilidade de mudança”. A primeira, “o instrumento intelectual”, era a recusa do teatro existente; a segunda, “a ferramenta técnica”, foi a descoberta dos recursos da iluminação elétrica. A estes fatores, nós podemos acrescentar um de caráter geral, bastante

¹² Guilherme Oliveira Figueiredo (1915-1997) foi um autor e dramaturgo com peças voltadas para temas mitológicos e abordagem cômica.

¹³ José Silveira Sampaio (1914-1964) foi um autor e diretor reconhecido pela criação de um estilo teatral cômico intrinsecamente ligado à cultura do Rio de Janeiro dos anos 1950 e 1960.

decisivo. O pano de fundo cultural em que tais fatores agiam foi a constituição do mercado cultural, a emergência do jogo capitalista ao redor da questão da arte, que a um só tempo permitiu e determinou, nas diversas áreas de produção, o enfrentamento de especificidade das linguagens artísticas (2002, p.16-17).

Délcio de Almeida Prado (1988), ao analisar o teatro brasileiro moderno, observa que na década de 1930 já haviam tentativas de modernizar a dramaturgia no Brasil, quando autores como Juracy Camargo (1989-1973) e Antônio de Alcântara Machado (1901-1931) tentaram acrescentar renovações em suas obras. Porém, conforme o mesmo autor ressalta, no final da década de 1930, apesar de progresso, o teatro não passa por um balanço final favorável, uma vez que não resistia aos avanços do cinema e, assim, perdia cada vez mais espaço enquanto diversão popular.

(...) nada dissera de fundamental sobre a vida brasileira, não conseguindo passar adiante, como almejava certo momento, as margens revolucionárias de Freud e Marx; e sobretudo, não soubera incorporar as novas tendências literárias (...), como já vinha acontecendo, de um modo ou de outro, com a poesia e o romance. (...) Persistiam os mesmos métodos de encenação, a mesma rotina de trabalho, a mesma hipertrofia da comicidade, a mesma subserviência perante a bilheteria (PRADO, 1988, p.36-37).

Para o autor solução para propor um teatro de arte e não divertimento popular era deixar de lado um pouco do profissionalismo, abraçando então, o amadorismo:

O ciclo em linhas gerais se repete: um teatro excessivamente comercializado, grupos de vanguarda que não encontram a saída a não ser a margem dos palcos oficiais, tendo sobre este a vantagem de não necessitar tanto das bilheterias para sobreviver; a formação de um público jovem que, correspondendo melhor às aspirações ainda mal definidas do futuro, acaba por prevalecer; e o ressurgimento triunfal do profissionalismo, proposta já agora em base diversas, não só artísticas mas às vezes até mesmo econômicas e sociais (PRADO, 1988, p.38).

Com o Brasil não foi diferente. Nos anos 1940 o amadorismo começa a ganhar consistência, quando, em 1943, Nelson Rodrigues (1904-1964), através da companhia Os Comediantes (1938-1947), estreia a peça *Vestido de Noiva*. “Aprendíamos (...) que havia para os atores outros modos de andar, falar e gesticular além do naturalista, incorporando-se ao real, através da representação, o imaginário e o alucinatório”, deste modo o teatro foi elevado ao status de dignidade de outros gêneros literários (PRADO, 1988, p.40).

O retorno do profissionalismo, que Délcio de Almeida Prado denomina de novo profissionalismo, se consolida em 1948, com a criação do Teatro Brasileiro de Comédia

(TBC), transferindo o pólo da dramaturgia brasileira, antes concentrada no Rio de Janeiro, para São Paulo. Criada por Franco Zampari (1898-1966), a companhia não se distanciava muito, esteticamente, do que já vinha sendo feito. Trazia como base dois pilares já sólidos na dramaturgia: textos consagrados e encenadores¹⁴ estrangeiros. Segundo o autor, a diferença consistia no caráter empresarial. Deste modo, “o teatro aceitara finalmente a sua posição secundária como diversão popular, renunciando aos gêneros musicais, mais dispendiosos e lucrativos, para se concentrar no drama e na comédia” (PRADO, 1988, p.45).

Além disso, Heloísa Pontes (2008) ressalta que neste processo de modernização do teatro brasileiro, foi um momento em as atrizes teatrais ganharam destaque em comparação com os atores. Segundo a autora, além de participarem deste processo de implementação de mudanças na dramaturgia do Brasil,

O renome conquistado pelas atrizes na época é também uma decorrência da autoridade cultural e social desfrutada pelo público cativo do TBC. Por um desses processos sociais singulares de transferência de carisma, ocorreu uma “imantação” do prestígio da elite que freqüentava o TBC para as atrizes e os atores que compunham o elenco fixo da companhia. O que, sem dúvida, explica a elevação de status de seus integrantes. Sobretudo se levarmos em consideração que, por muito tempo, as atrizes de teatro no Brasil foram associadas às prostitutas e o teatro de extração popular às casas noturnas de reputação e gosto “duvidosos” (PONTES, 2008, p.6).

A partir destas colocações e breves observações prévias sobre sua trajetória, podemos inferir que há uma dupla representação de Tônia Carrero, enquanto estrela de cinema, na mídia. De um lado há a Tônia enquanto objeto de contemplação do olhar masculino no sentido atribuído por Laura Mulvey (1983), momentos onde vemos a atriz construída de maneira puramente imagética através da valorização do *close-up*, de seu corpo e de artifícios de moda e beleza que ajudam na erotização de seus atributos. É pertinente deixar claro que esta representação também é voltada para o público feminino, que também admira corpos perfeitos no desejo de terem para si um corpo como aquele. De outro lado, temos a atriz enquanto modelo predominantemente de identificação para o público feminino. Através de dicas de beleza, moda e comportamento construídas através de textos e imagens, a estrela foi um padrão de

¹⁴ Segundo Décio Almeida de Prado (1988, p.47) o encenador era responsável por “harmonizar os diferentes elementos constitutivos do espetáculo, integrando na mesma leitura da peça as diversas individualidades (cenógrafo, figurinista, atores, técnicos de luz e de som) envolvidos na criação teatral”, se assemelhando ao papel do diretor atualmente.

feminilidade a ser alcançada através da mimese e consumo de bens a ela associados. Nos capítulos seguintes, estes tópicos serão destrinchados de forma a se compreender melhor o papel a figura de Tônia Carrero e, conseqüentemente, o *star system* brasileiro, através da análise dos periódicos citados.

CAPÍTULO 2 - TÔNIA CARRERO E A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA ESTRELA: FEMINILIDADE E GLAMOUR

Conforme vimos, as estrelas de cinema ao se tornarem modelos culturais, difundem para a sociedade, papéis de conduta e feminilidade. Este capítulo será dedicado a compreender a construção das estrelas brasileiras enquanto modelo de identificação para o público feminino através de Tônia Carrero.

Jackie Stacey, a partir de estudos de teorias feministas a cerca do cinema hollywoodiano, questionou: “Se as imagens que vemos na tela de cinema são produtos do olhar masculino, como as espectadoras femininas se relacionam com estas representações” (1994, p.32)? Através desta colocação, a autora examinou os processos de identificação das mulheres com as estrelas cinematográficas hollywoodianas envolvendo não processos culturais e sociais, além do psicanalítico, usualmente já utilizado nos estudos acerca da identificação.

O primeiro ponto observado pela autora é a presença de sentimentos contraditórios do público em relação às estrelas hollywoodianas: as espectadoras valorizavam as diferenças entre si e as atrizes, pois estas as levavam a um mundo onde seus desejos poderiam ser realizados ao mesmo tempo em que valorizavam as similaridades que as permitiam reconhecer em si qualidades vistas nas telas.

É neste espaço entre estrela de cinema e pessoa mundana que se produz a transformação para se tornar mais parecida com a estrela. Portanto, a diferença providencia o espaço para a produção da fantasia de si mais semelhante ao ideal, e ainda o espaço se fecha simultaneamente assim que a fantasia de si é produzida. Esta auto-transformação temporária é descrita como um processo em que o espectador sabe que acabará ao mesmo tempo em que o filme. Neste caso, há diferença suficiente para a afirmação do sujeito, desejo de si e imagem idealizada: assim, o eu e o outro são simultaneamente separados em um complexo processo de reconhecimento baseada em similaridade e diferença (STACEY, 1994, p.240 – tradução nossa).

Conforme Jackie Stacey (1994) relata, as estrelas hollywoodianas exerceram um papel significativo para mulheres jovens as quais identidades são estabelecidas para possuir uma imagem desejável para os outros na cultura patriarcal, na medida em que identidades femininas eram construídas em relação a uma idealização de imagem de atração sexual, estas atrizes eram vistas por este público como uma imagem ideal de desejo que elas sentiam que nunca poderiam alcançar. Assim, a autora define que identificação pode ser vista como um importante papel no processo de produção de

identidades. Para ela, há duas formas em que a identificação acontece: uma está relacionada ao contexto da sala de cinema, ou seja, ocorrem durante o ato de assistir o filme, e abarca apenas a imaginação do público. A segunda forma se estende além do espaço de projeção e é quando a espectadora, ao admirar determinada estrela, deseja se assemelhar a ela e assim, transforma aspectos de sua identidade como resultado de sua admiração pela estrela. De acordo com a autora, este desejo de se parecer com seu ídolo se manifestava principalmente através da aparência e dos ideais de feminilidade difundidos pela indústria cinematográfica.

Deste modo, enquanto as estrelas eram vistas como modelos de feminilidade e conduta pelas espectadoras, estas viam-se a si mesmas como inadequadas diante deste padrão amplamente divulgado pela indústria cinematográfica e seus suportes midiáticos:

As estrelas apresentavam uma função normativa para a dimensão em que eram frequentemente vistas como modelos a serem seguidos, contribuindo para a construção de ideais de atratividade feminina (...). As estrelas eram, diversamente, referidas como “modelos a serem seguidas”, “alguém para imitar” e “o epítome do que toda mulher deveria ser”. Em comparação, as espectadoras, frequentemente, se sentiam “não atraentes”, “deselegantes”, “gordas” e “desengonçadas”. As estrelas eram lembradas através de um discurso de glamour feminino no qual o ideal de aparência feminina (magra, branca, jovem e em destaque) era estabelecido e em comparação muitas espectadoras se sentiam inadequadas (STACEY, 1994, p.278 – tradução nossa).

A autora pontua que as espectadoras buscavam copiar as estrelas através de autotransformações para produzir uma aparência semelhante a dos astros. “A diferença entre a estrela e a espectadora é transformada em similaridade através do típico trabalho da feminilidade: a produção de si simultaneamente como sujeito e objeto de acordo com os ideais culturais de feminilidade” (STACEY, 1994, p.302). Ela ainda complementa como os cabelos eram uma das principais formas utilizadas pelas mulheres para adquirir uma imagem semelhante a das estrelas. Segundo ela, a cópia de penteados pode ser vista como uma forma de consumo e produção cultural, uma vez que envolve a produção de uma nova autoimagem através do prazer tirado da imagem da estrela.

Tônia Carrero é um exemplo, ao narrar em sua autobiografia a escolha dos cabelos *platinum blonde* e do permanente, do papel visual do penteado na imagem da estrela. Segundo Michelle Perrot, os cabelos das mulheres “são o símbolo da feminilidade, condensando sensualidade e sedução e atizando o desejo” (2015, p.51), e deste modo, comprimento, corte e cor dos cabelos se tornam códigos e objetos de moda. Laini Michelle Burton (2005) em seu estudo sobre o significado dos cabelos louros na

cultura visual complementa os dizeres de Michelle Perrot ao afirmar que a cor e o estilo dos cabelos são capazes de indicar status social, construções de classe e poder, e distinções de gênero e raça. De acordo com ela, desde os anos 1930 o louro vem sendo codificado e difundido pela indústria cinematográfica como feminino, onde mulheres louras eram representadas em papéis erotizados, insinuantes e tolos, resultando em uma generalização acerca da cor. Estes estereótipos sobre a mulher loura não eram propagados apenas pelo cinema, mas também através de publicidades, revistas e imagens de moda. A mesma autora enfatiza o papel de Jean Harlow (1911-1937) no estabelecimento dos significados do louro ao estrelar os filmes *Platinum Blonde* (1931) e *Bomshell* (1933):

Coroada pelos seus cabelos platinados e definida pelo seus papéis de garota má acrescida de audácia, Harlow ofereceu a audiência a chance de se conectar com o *glamour* de Hollywood em meio as dificuldades econômicas da Depressão (ROSEN, 1973). Assumindo papéis dramáticos e cômicos semelhantes, sua mistura de erotismo e crueza eram emuladas com admiração, criando uma nova geração de mulher loura americana que, naquele momento, se tornou imersa no aparato discursivo do cinema e usou a metonímia da loura com ironia esperta (BURTON, 2005, p.24 – tradução nossa).

A autora ainda ressalta que até este contexto da década de 1930, o cabelo louro era associado à pureza e à bondade, carregando também superioridade estética, uma vez que a origem dessas relações históricas remete à representação do louro na arte e na literatura, em que a cor estava ligada à virgindade, ouro e fertilidade. Assim, Jean Harlow e suas personagens foram responsáveis pelo erotismo associado às louras até os dias de hoje, encerrando o significado do louro ligado à doçura e moralidade das atrizes louras até então. Além disso, também destaca o papel de Marilyn Monroe na ressignificação do cabelo louro:

Durante os anos 1950, as mulheres do pós-guerra eram encorajadas a retornar ao lar e aos seus papéis de mães e donas-de-casa. Atrizes hollywoodianas como Marilyn Monroe promoveram e ajudaram a codificar a imagem padronizada da feminilidade desejada que sustentava os comportamentos “normativos” conectados com o louro. A mídia de massa privilegiou os atributos do louro como a receptividade sexual, vulnerabilidade e falta de inteligência. Essas construções de feminilidade defendida pela mídia também serviram pra afastar a mulher das posições de trabalho fortes e independentes conquistadas durante a Segunda Guerra Mundial (BURTON, 2005, p.24 – tradução nossa).

A partir deste contexto, Lani Michelle Burton explicita que as mulheres ao pintarem os cabelos de louro, uma vez que as louras ao mesclarem o angelical e o

erótico, transmitem uma imagem sedutora de poder e força. Portanto, ao se tornarem louras, estas mulheres “preenchem a condição de mito e perpetuam a noção, que se originou com uma cultura branca dominante, que o claro é superior ao escuro” (2005, p.25), fortalecendo a associação da cor com pureza, superioridade e felicidade e fazendo com que se torne não apenas uma preferência cultural, mas um fetiche.

Além da aparência, autoconfiança, sofisticação, independência e coragem também eram características das atrizes admiradas e aspiradas pelas espectadoras. As estrelas eram imagens femininas passíveis de serem consumidas que o público feminino reproduzia através de outras formas de consumo (STACEY, 1994). Desta maneira, através de dicas de beleza, moda e comportamento construídas através de textos e imagens, a estrela foi um padrão de feminilidade a ser alcançada através da mimese e consumo de bens a ela associados:

Assim, a partir de detalhes, como saber o perfume preferido da estrela, o seu novo penteado, ou a forma de lidar com a tríade carreira/casamento/filhos, o leitor se vê imbuído de informações úteis para lidar com seu mundo, a partir de parâmetros de comportamento dos mitos, daqueles que possuem talento, carreira, dinheiro e principalmente amor conjugal (ADAMATTI, 2008, 71).

As estrelas eram associadas aos produtos que usavam ou apareciam em tela, principalmente os relacionados à atração e aparência, como: roupas, cabelos, maquiagem, cosméticos e acessórios. Assim, o cinema vendeu as estrelas como ícones de atração feminina as quais a beleza poderia ser adquirida através da compra de determinados produtos. Neste contexto, o corpo era o principal local de consumo: “estrelas femininas eram não apenas corpos à mostra providenciando ideais de beleza femininas – eles eram também usados para vender produtos para as espectadoras femininas se autodesenvolverem” (STACEY, 1994, p.367). De tal modo, o corpo era visto através de um discurso em que quase não havia distinção entre mercadoria e partes do corpo.

Ao folhear as revistas, foi possível encontrar no interior dos periódicos duas formas em que traziam padrões de feminilidade para o público. A primeira são as colunas que podem enquadrar entrevistas, fofocas, cobertura de eventos. Nestes casos, não é citado de forma direta que se deva agir de determinada forma ou comprar certo produto, mas fica implícito para a leitora. A segunda forma se refere às publicidades diretas, onde as estrelas endossam determinado produto. Porém, como vimos, a

utilização da atriz na propaganda não visa a mercadoria como objetivo final, e sim o seu sucesso e estilo de vida.

Segundo Jackie Stacey (1994), o uso de mercadorias nos filmes, ou em suas publicidades e materiais a eles relacionados, ressaltam a ligação entre consumo e as espectadoras, pois as mulheres eram vistas como alvo das mercadorias cinematográficas, desde os longas até os produtos exibidos em tela. Ela também destaca como identidade, imagem e ideais de feminilidade estão conectados na sociedade de consumo. Porém, não é apenas através da compra de itens que as mulheres estão ligadas à troca de mercadorias, pois ao mesmo tempo em que são sujeitos e objetos das relações do olhar, elas podem ser vistas ao mesmo tempo como produtos e consumidoras:

A espectadora feminina é consumidora de imagens idealizadas de feminilidade exibidas na tela, e também são convidadas a se reconhecerem na imagem comodizada que ela pode recriar através do consumo de determinados bens. Portanto, (...) ao consumir (mercadorias e estrelas como mercadorias) ela se prepara para o seu próprio consumo (STACEY, 1994, p. 329-330 – tradução nossa).

A insegurança das espectadoras juntamente ao desejo de se igualarem a suas estrelas preferidas, são uma incitação para a reprodução de produtos para a transformação feminina, principalmente através da associação de estrelas a determinados produtos prometendo a garantia de sucesso da realização deste ideal de feminilidade. Porém, para a autora é importante ressaltar que a conquista da imagem ideal feminina é dependente da aprovação masculina. A partir do momento em que os ideais desejáveis estão em constante mudança com as novas tendências da moda, os ideais femininos nunca são completamente realizáveis, pois um está sempre contradizendo o outro. Assim, por mais que prometam a conquista destes desejos de se igualar a forma ideal de seus ídolos, estes não podem ser totalmente atingidas, uma vez que há sempre a reprodução de novas imagens idealizadas (STACEY, 1994).

Porém, antes de prosseguirmos para as análises, é pertinente lembrar que o comportamento das estrelas varia conforme o tipo que personificam nas telas em consonância com a vida pública. Portanto, é importante, primeiramente, avaliar o perfil incorporado por Tônia Carrero dentro do estrelismo nacional.

2.1. Tônia Carrero: representações no cinema e na mídia impressa

Ao analisarmos os filmes protagonizados por Tônia Carrero dentro do recorte temporal estabelecido para este trabalho podemos notar que há uma semelhança entre seus papéis. É importante destacar que este perfil foi traçado baseando-se apenas nos filmes que pudemos ter acesso, que são *Apassionata* (1952), dirigido de Fernando de Barros, *Tico-tico no Fubá* (1952), de Adolfo Celi, e *É Proibido Beija* (1954) de Ugo Lombardi.

Em *Apassionata* (1952), a atriz interpreta Sílvia Nogalis, uma pianista bem sucedida, que tem seu sucesso atribuído ao casamento com o famoso maestro Hauser (Zbigniew Marian Ziembinski, 1908-1978). Durante um de seus concertos recebe a notícia do suicídio de seu marido, e se vê acusada pela governanta de assassinato. Devido à falta de provas, Sílvia é inocentada, mas resolve passar um tempo afastada na casa de praia de sua amiga, onde conhece Pedro (Anselmo Duarte, 1920-2009) com quem vive um rápido romance retomando forças para retornar ao trabalho. Assim, a pianista sai em turnê e, em Estocolmo, conhece Luís Marcos (Alberto Ruschel, 1918-1996), um pintor brasileiro que acaba se apaixonando por ela. Os dois se casam e voltam ao Brasil, onde o passado a persegue trazendo à tona memórias sobre a morte de Houser, o que abala seu relacionamento com Luís Marcos. Enquanto a governanta tenta reavivar as acusações em torno de Sílvia, Pedro retorna e consegue uma carta que comprova o suicídio do maestro.

Neste longa, baseando-nos no conceito de Edgar Morin (1980) para *good-bad girl* explicitados no capítulo anterior, podemos inferir que a personagem interpretada por Tônia Carrero se enquadra neste arquétipo, uma vez que a pianista Sílvia é uma mulher sedutora, alvo de diversos interesses amorosos, e em diversos momentos da obra tem suas atitudes questionadas - há especulações sobre ela ser a assassina de seu marido, sobre ela ter um amante, sobre casamento por interesse – mas no final todos os rumores foram esclarecidos, provando seu bom caráter.

Em *Tico-tico no Fubá* (1952) a sedução também é um traço marcante do personagem de Tônia. A atriz vive Branca, uma amazona circense que chega a Santa Rita de Passa Quatro, cidade natal de Zequinha de Abreu (Anselmo Duarte) e onde o compositor passou grande parte de sua vida. Branca, é uma mulher belíssima e com costumes a frente dos vivenciados pelas mulheres da cidade. Por onde passa chama a atenção dos homens e não é diferente com Zequinha, que apesar de noivo de Durvalina

(Marisa Prado, 1930-1982), acaba se apaixonando pela artista. Os dois engatam um romance, e Branca pede para o compositor deixar a cidade e fugir com ela junto à companhia circense, pois ele poderia se tornar um grande músico. Zequinha aceita a proposta, mas ao ouvir outros integrantes do circo chamá-lo de caipira, desiste da fuga e volta para a noiva. Assim, Branca deixa a cidade, mas o compositor, embora se case com Durvalina, nunca esqueceu a artista. Quatro anos mais tarde, os dois se reencontram em um cabaré, e Zequinha, que nunca mais havia conseguido tocar a canção *Tico-tico no Fubá* desde a partida do circo, finalmente consegue executá-la.

Neste exemplo Tônia Carrero atrai o compositor e o desvia de seu caminho. Zequinha era noivo de Durvalina e vivia sua ambição de se tornar músico ali mesmo em sua cidade, mas com a chegada de Branca, o compositor coloca tudo de lado para viver este novo romance e com a possibilidade de acompanhá-la na turnê da companhia circense. Além disso, os hábitos da personagem de usar maquiagem, enquanto nenhuma mulher habitante da cidade de Santa Rita de Passa Quatro o faz e passear no cabriolé da prefeitura indicam uma mulher de atitude mais ousada.

No filme *É Proibido Beijar*, o jornalista social Eduardo, vivido por Mário Sérgio (1929), que sonha em se tornar um repórter policial, é incumbido de recepcionar a atriz June Lindsay (descrita como a rival de Rita Hayworth) no aeroporto para entrevistá-la. O jornalista, que não a conhece, acredita em uma jovem que se passa por ela, chamada June (Tônia Carrero), que pede a Eduardo que saia de forma discreta com ela do aeroporto para evitar repórteres e fotógrafos. Ao entregar a reportagem, o jornalista descobre que a famosa atriz não viria mais ao Brasil e é despedido. Enquanto tenta desvendar quem é a falsa atriz, a jovem continua a enganá-lo inventando diferentes histórias sobre sua identidade. Durante o desenrolar da trama, Eduardo se apaixona por June, mesmo sendo noivo de Suzy (Inezita Barroso, 1925-2015). Apesar da jovem corresponder os sentimentos do rapaz, ela evita beijá-lo, enquanto dois norte-americanos, Steve (Zbigniew Marian Ziembinski, 1908-1978) e Harry (Otello Zeloni, 1921-1973), que seguem June desde a sua chegada tentam atrapalhar e ajudar o beijo, respectivamente. No final, a situação se esclarece. June é filha de Steve, um milionário. O pai da jovem havia apostado com Harry que ela conseguiria ir para o Brasil e viver cinco dias às custas do primeiro homem que encontrasse sem haver nenhum beijo. Deste modo, Steve vence a aposta, enquanto June e Eduardo se beijam ao ganharem uma gincana.

Neste longa, mais uma vez Tônia Carrero interpreta uma mulher sedutora. Mesmo noivo de Suzy e perdendo o emprego pelas mentiras de June, Eduardo se rende aos encantos da jovem. Além disso, vemos mais uma vez a representação da *good-bad girl*, pois apesar de June ter atitudes dúbias, como enganar Eduardo a cerca de sua identidade durante toda a trama, o levando a acreditar até mesmo que ela possui problemas com o passaporte, que é casada ou foge de alguém, acabamos descobrindo que a jovem faz isso de forma a ajudar seu pai, seduzindo o jornalista mas evitando beijá-lo a qualquer custo.

Também é importante pontuar que *Apassionata* foi apresentado pela imprensa como a oportunidade de consagração da estrela, uma vez que a película foi produzida especialmente para a atriz, conforme diz a matéria “Tônia Carrero é assim” publicada pela 23ª edição da revista *Cena Muda* em 5 de junho de 1952, assim como *É Proibido Beijar* que segundo a edição número 45 do mesmo periódico, em 27 de dezembro de 1949, também teve seu papel escrito direcionadamente para o elenco. Assim, De acordo com Morin (1980), as estrelas ao se enquadrarem em determinado estereótipo, interpretam esses mesmos “tipos” a cada filme que participam, e vivenciam isto em suas vidas privadas. Portanto, ao se tratar de papéis pensados para Tônia, podemos crer que estes personagens se associam de alguma forma à imagem construída publicamente para a atriz.

Podemos perceber nestas personagens vividas por Tônia Carrero uma constante observada por Molly Haskell (1987) durante a história do cinema. Segundo a autora, as personagens femininas são geralmente subsidiárias das ações, das profissões, das lutas entre o bem e o mal, consciência e crime que a alma masculina nos filmes estão engajadas. E isto acontecia mesmo em filmes em que a mulher tem um papel de protagonismo romântico de casal com o herói, pois poucas heroínas definiram suas vidas moralmente e não romanticamente. Em ambos os filmes analisados, os papéis interpretados por Tônia não tem seus próprios dilemas, apenas está condicionada às questões de seus pares românticos.

De acordo com a mesma autora, isto ocorria, pois os filmes refletiam os papéis definidos para homens e mulheres na sociedade. Os interesses deveriam ser não apenas diferentes, mas opostos.

O homem era, supostamente, mais ele mesmo quando buscava realizar, conquistar; ele é menos ele mesmo quando estava refletindo ou fazendo amor. A mulher era, supostamente, mais ela mesma nas

agonias da emoção (o amor de um homem ou de uma criança), e menos ela mesma, ou seja, menos femininas, nas buscas por conhecimento ou sucesso (HASKELL, 1987, p.4 – tradução nossa).

No que se refere as tipificações no cinema, Tônia Carrero é vista como uma atriz de *glamour*:

Ela era o que se entendia por uma atriz *glamour*, presença constante em pré-estreias, coquetéis e eventos sociais; destacada pela imprensa por possuir “*plena consciência de sua posição de grande estrela*”. Sua vida pessoal fornecia “bons ingredientes” para a imprensa: a separação do marido Carlos Thiré, o filho Cecil, o romance com o diretor Adolfo Celi e sua beleza “deslumbrante” deliciavam cronistas de plantão. (MACIEL, 2008, p.171)

Isto se torna evidente ao notarmos nas revistas a constante presença de Tônia Carrero nas matérias de coberturas de evento, conforme veremos adiante. Além disso, Carol Dyhouse (2010) também caracteriza a sedução como uma linguagem visual do *glamour*, através de códigos como moda, beleza e comportamento. Portanto, é importante observar se há representação *glamourosa* da atriz nestes impressos e como isto é construído.

2.2. Identificação e projeção na publicidade: sabonete Eucalol

A partir destas colocações acima, passa-se agora para o estudo dos periódicos afim de compreender a forma como estes trabalhavam a imagem de Tônia Carrero enquanto modelo de identificação para o público feminino. Para isto, será utilizada a análise de imagens combinada à análise de textos.

Para a análise de imagens utilizaremos o método histórico-semiótico proposto por Ana Maria Mauad (2005). De acordo com a autora, a fotografia, na qualidade de texto, deve ser vista como uma mensagem que se organiza a partir de duas frações: a expressão, que compete os atributos técnicos, e o conteúdo, determinado pelo campo da composição e sua relação com o contexto. Estas duas frações, apesar de poderem ser separadas no momento da análise, só podem ser compreendidas quando integradas ao todo.

Este método baseia-se em três premissas. A noção de série ou coleção, que se apoia na ideia de que a análise crítica da fotografia não pode se limitar a um único exemplar, sendo necessária a realização de uma serialização das imagens. O princípio da intertextualidade, no qual o fundamento que para ser interpretada como texto

(suporte de relações sociais), a fotografia se relaciona com outros textos, produzindo, assim, a textualidade de uma época. E o trabalho interdisciplinar, que se expressa na compreensão da imagem como uma mensagem significativa que se processa através do tempo, demandando por parte do historiador um aparato teórico-metodológico em coordenação com uma gama de outros saberes.

Além disso, a partir do momento em que o texto condiciona o olhar (BERGER, 1972), é necessário explorar os textos envolvidos nos objetos analisados, como título, legenda e texto em si, de forma a notar e compreender suas relações com estas imagens. Também é importante ressaltar que as fotografias, enquanto representação de um determinado ponto de vista e das quais “as unidades constituintes são culturais, mas assumem funções sígnicas diferenciadas de acordo tanto com o contexto no qual a mensagem é veiculada quanto com o local que ocupam no interior da própria mensagem”, estão sujeitas a diversas interpretações, em que cada percepção depende de um modo de ver, ou seja “é a competência de quem olha que fornece significados à imagem” (MAUAD, 2005, p.139-142)

Anúncios voltados para higiene e beleza eram constantes nos periódicos do período. Elizabeth Kobayashi e Gilberto Hockman (2015) afirmam que entre os anos 1940 e 1960, o Brasil buscava o ideal de uma vida higiênica e moderna, em que se vive a consolidação de um mercado de bens de consumo. Este ideal encontrou na publicidade, que passava por um processo de modernização e expansão no país, o espaço ideal para a veiculação de produtos industrializados. Deste modo, “novos bens materiais e simbólicos traduziam a aspiração à modernidade e ao progresso” dos setores urbanos (2015, p.67).

A publicidade buscava persuadir o consumidor de que as aquisições representariam um investimento na vida pessoal, na manutenção da saúde e do bem estar da família. O consumo foi apresentado como uma via de acesso a uma nova maneira de viver, mais prática, mais higiênica, menos braçal, mais mecanizada e mais racional. Tudo isso poderia ser adquirido. Isso traduziu-se explicitamente em muitos produtos, e neles saúde, modernidade e consumo entrelaçam-se (KOBAYASHI; HOCKMAN, 2015).

Ao observarmos as revistas *O Cruzeiro* e a *Scena Muda*, foi possível encontrar o exemplo de apenas um produto em que Tônia Carrero aparecia veiculada diretamente, o sabonete Eucalol. Além de Tônia Carrero, este produto trazia a imagem de outras atrizes contemporâneas à estrela. Ao consultarmos as fontes, notamos que o sabonete Eucalol é

anunciado nos periódicos *O Cruzeiro* e *Scena Muda* desde 1928 e 1938, respectivamente, porém sem atores ou atrizes representados nas propagandas.

Segundo Denise Sant'Anna (2014), a partir dos anos 1930 se tornou recorrente o uso de estrelas em publicidades, principalmente nas que se referem ao universo feminino. Gilles Lipovetsky e Jeans Serroy (2010) reiteram que foi neste momento que o sabonete Lux começou a centrar sua comunicação nas estrelas cinematográficas através dos anúncios: “Nove em cada dez estrelas usam Lux”.

Neste contexto, em 1930, o sabonete Eucalol aparece anunciado pela primeira vez no suplemento Cinelândia da revista *O Cruzeiro*, na edição de 3 de maio. Porém, a publicidade ainda não vem associada a determinado astro ou estrela. No ano seguinte, edição de 3 de setembro, o sabonete já aparece relacionado a uma mulher famosa: a Miss Universo Yolanda Pereira. É apenas em 1949 que o produto é anunciado com a imagem de uma estrela, neste caso Emilinha Borba, cantora de rádio e atriz de cinema.

Já a *Scena Muda*, além do primeiro anúncio com a Eucalol em 1938, apresenta também um concurso em parceria com o produto, no qual as três melhores cartas de leitores sobre assuntos cinematográficos seriam premiadas em dinheiro pela Perfumaria Myrta S.A., fabricante do sabonete. O concurso durou até setembro de 1939, quando foi suspenso temporariamente, mas acabou não retornando. Durante a realização do concurso quase não houve propagandas do produto no periódico, e após sua suspensão, os anúncios também não voltaram a aparecer. Em uma sessão de cartas ao leitor, em 14 de maio de 1940, a revista justifica que houve uma falha do patrocinador de publicidade, e por isto o concurso foi suspenso. Isto nos leva a acreditar que o encerramento de anúncios após a suspensão do concurso se deu pelo mesmo motivo. Portanto, nos ateremos às análises das publicidades do Eucalol veiculadas pela revista *O Cruzeiro*.

Encontramos sete anúncios do sabonete Eucalol com a presença de Tônia Carrero entre os anos 1950 e 1954 na revista *O Cruzeiro*. Dentre estes, distinguimos três tipos diferentes, que analisaremos agora.

A primeira, representada pela **Figura 1**, traz três imagens, uma ilustração de Tônia Carrero de Perfil, uma cena da peça *Um Deus Dormiu lá em Casa*, estrelada pela atriz ao lado de Paulo Autran, e uma foto do produto, todas em preto e branco. Em destaque, no topo direito da página, há o texto “Ela é notável estrela! Ela sabe comparar... Ela usa Eucalol!”. Ao lado, há uma pequena biografia da atriz que diz: “Tônia Carrero estudou teatro em Paris. Foi laureada ‘a maior revelação do Teatro

Brasileiro de 1949'. Depois do seu êxito no filme 'Caminhos do Sul', foi escolhida por Fernando de Barros para estrear 'Quando a Noite Acaba'". Além disso, há também uma citação de Tônia, em que a estrela diz "é pelo estudo e cuidadosa comparação que escolho sempre os 'papéis' que interpreto, quer na tela ou no palco. Também pela rigorosa comparação escolhi o melhor sabonete para minha pele: Eucalol – o mais embelezador". Em seguida há os dizeres também em destaque: "Depois de comparar... todos escolhem o sabonete Eucalol – a escolha da comparação", seguido pelo texto:

É certo, se você comparar antes de escolher o seu sabonete, você também vai se decidir por Eucalol – o padrão de beleza nunca superado. Eucalol é mais embelezador e mais saudável, porque possui as balsâmicas essências do eucalipto. É mais refrescante, porque seu perfume permanece no corpo por mais tempo. É mais durável, porque possui dupla consistência. Limpe, suavize e embeleze sua pele com o Sabonete Eucalol.

Figura 1: Anúncio do sabonete Eucalol com Tônia Carrero. *O Cruzeiro*, 15 de julho de 1950.

Tônia Carrero estreia: Tônia em Paris. Foi laureada a maior revelação do Teatro Brasileiro de 1949. Depois de seu êxito no filme "Camões da Sel", foi escolhida por Teófilo de Faria para estrelar "Quando a Noite Acabar".

*Ela é notável intérprete!
Ela sabe comparar...
Ela usa Eucalol!*




Tônia Carrero no papel "Um Deus Desceu à Terra"

TONIA CARRERO afirma:

"É pelo estudo e cuidadosa comparação que escolho sempre os "papeis" que interpreto, quer na tela ou no palco. Também, pela rigorosa comparação, escolhi o melhor sabonete para minha pele: Eucalol — o mais embelezador."

**Depois de comparar...
todos escolhem o Sabonete **Eucalol****

É certo! Se você comparar antes de escolher o seu sabonete, você também vai se decidir por Eucalol — o padrão de excelência nunca superado. Eucalol é mais embelezador e mais saudável, porque possui as balsâmicas essências do eucalipto. É mais refrescante, porque seu perfume permanece no corpo por mais tempo. É mais durável, porque possui dupla conservação. Limpe, suavize e embeleze sua pele com o Sabonete Eucalol.

— a escolha da comparação!



Use também: Creme Dental e Sabão Eucalol

PRODUÇÃO DA PERFUMARIA MYRTA S. A. RIO DE JANEIRO

Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

A segunda ocorrência está representada na **Figura 2**. Nela vemos uma imagem de Tônia Carrero em destaque ao lado do sabonete Eucalol. No topo da página estão os dizeres “Embeleze mais sua pele, como faz TÔNIA CARRERO”, seguidos pelo texto em destaque: “Ela examinou... comparou... e escolheu o superior... o Sabonete Eucalol”. Abaixo da imagem da estrela, há a mesma citação encontrada na **Figura 1**: “é pelo

estudo e cuidadosa comparação que escolho sempre os ‘papéis’ que interpreto, quer na tela ou no palco. Também pela rigorosa comparação escolhi o melhor sabonete para minha pele: Eucalol – o mais embelezador”. Logo após este trecho, podemos ver os dizeres “Viva sua vida com a pele mais linda!”.

Além de Tônia, este anúncio traz no canto inferior esquerdo o parecer de três outras personalidades sobre o produto ao lado de suas respectivas fotos, Dulcina de Moraes, atriz de teatro; Emilinha Borba, cantora de rádio e estrela de cinema; e Aimée socialite. Sob o título de “Quem compara... escolhe o melhor”, Dulcina diz “Também pela comparação escolhi meu sabonete: Eucalol. Eu me convenci das virtudes de Eucalol”, Emilinha fala “Pela cuidadosa comparação, escolhi o mais refrescante: Eucalol” e por fim Aimée também usa o discurso da comparação e diz: “Também comparando, escolhi o Sabonete Eucalol, o mais suavizante e perfumado”. Logo abaixo, há espaço para mais uma foto, onde se encontra a imagem de uma interrogação ao lado dos dizeres “O espaço ao lado é reservado ao seu retrato. Porque também você, após comparar, vai escolher o superior sabonete Eucalol”. Neste exemplo, todas as imagens também estão em preto e branco.

Figura 2: Tônia Carrero em anúncio do sabonete Eucalol. *O Cruzeiro*, 27 de dezembro de 1952.

Embeleze mais sua pele, como faz TÔNIA CARRERO

Ela examinou... comparou...
e escolheu o superior...
o Sabonete

Eucalol

QUEM COMPARA... ESCOLHE O MELHOR!

OLGA DE WAJID
diz: "Também pela comparação escolhi o mais superior Sabonete Eucalol. Eu me considero a senhora de Eucalol".

EMILIA DEBIA
afirma: "Para escolher um sabonete, escolhi o sabonete mais refinado: Eucalol".

EMIL responde:
"Também, após cuidadosa comparação, escolhi o Sabonete Eucalol, o mais refinado e econômico".

O TEMPO DE LINDO
é limitado, eu sei disso. Por isso, também eu, após cuidadosa comparação, escolhi o Sabonete Eucalol, o mais refinado e econômico".

TÔNIA CARRERO
Estrela do Teatro e do Cinema

Afirma: "É pela comparação que escolho sempre os papéis que interpreto, quer na tela ou no palco. Também, pela cuidadosa comparação, escolhi o sabonete para minha pele: Eucalol - o mais embelezador".

Viva sua vida com a pele mais linda!

Certamente! Você também, depois de comparar, vai escolher o melhor... vai ficar com o superior Sabonete Eucalol. Eucalol é mais embelezador porque é feito com as balsâmicas essenciais do eucalipto. É mais refinado porque seu perfume permanece no corpo mais tempo. É econômico porque tem dupla consistência. Use distintamente o Sabonete Eucalol!

Use também Toalco e Creme Dental EUCALOL

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO

1931

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

Acesso em: 10 dez. 2017.

A próxima publicidade - **Figura 3** - não traz Tônia Carrero em destaque, e sim Eva Todor. Deste modo a imagem da atriz vem destacada ao lado do sabonete Eucalol. Acima, vemos o texto “Trate de sua pele como faz Eva Todor” seguido dos mesmos dizeres vistos na **Figura 2**: “Ela examinou... comparou... e escolheu o superior... o Sabonete Eucalol”. Abaixo da imagem do produto há uma declaração de Eva, apontada

pelo anúncio como “expoente máximo do Teatro de Comédia”. A citação diz: “Tenho experimentado muitos gêneros do Teatro, mas sempre volto à comédia – o meu predileto. Também em sabonetes, já experimentei muitos e, depois de compará-los, voltei a usar definitivamente o superior Sabonete Eucalol!” Nesta imagem, há uma mudança no texto publicitário:

A experiência é o melhor mestre. Escolha, pois, o seu sabonete através da experiência. Use Eucalol e compare-o com os demais. Logicamente, você também reconhecerá a sua superioridade. Eucalol é superior no perfume porque sua envolvente fragrância permanece em seu corpo durante horas e horas após o banho. É superior no embelezamento porque possui as balsâmicas essências do eucalipto. É superior em sua durabilidade, porque Eucalol tem dupla-consistência. Trate, pois, de sua pele com o superior Sabonete Eucalol.

Assim como na **Figura 2**, este anúncio traz o parecer de outras personalidades. Primeiramente há Bibi Ferreira dando seu aval, “Cada papel que interpreto é o resultado de uma cuidadosa comparação. Também pela comparação, escolhi o Sabonete Eucalol”. Em seguida, há Tônia Carrero e os dizeres “Pela comparação escolho os papéis que interpreto. Também pela comparação escolhi o meu sabonete: Eucalol – o mais embelezador”. Por último há Emilinha repetindo os dizeres da **Figura 2**: “Pela cuidadosa comparação, escolhi o mais refrescante: Eucalol”. Além disso, este anúncio segue a mesma proposta do anterior, trazendo a interrogação ao lado do texto: “O espaço ao lado é reservado ao seu retrato. Porque também você, após comparar, vai escolher o superior sabonete Eucalol”. Nesta publicidade, as imagens também estão todas em preto e branco.

Figura 3: Anúncio do sabonete Eucalol com Eva Todor. *O Cruzeiro*, 31 de janeiro de 1953.

Trate de sua pele como faz EVA TODOR

Ela experimentou... comparou...

...e escolheu o superior

Sabonete **Eucalol**




— Declara
EVA TODOR
expositora máxima do Teatro de Comédia:

"Tenho experimentado muitos gêneros de Teatro, mas sempre volto à comédia — o meu predileto. Também em sabonetes, já experimentei muitos e, depois de compará-los, voltei a usar definitivamente o superior Sabonete Eucalol!"

MIRIAM CORRÊA... ESCULPI O MELHOR

DR. FERREIRA afirma:
"Este papel que se apresenta é a materialização do cuidado higiênico, estético e econômico. Eucalol, sabonete de primeira qualidade."

FRANZ SCHUBERT diz:
"Para a pele, nada é mais importante do que a limpeza. Eucalol, sabonete de primeira qualidade, mantém a pele sempre limpa e saudável."

OLÍMPIA FERREIRA afirma:
"Para a pele, nada é mais importante do que a limpeza. Eucalol, sabonete de primeira qualidade, mantém a pele sempre limpa e saudável."

A EXPERIÊNCIA É O MELHOR MESTRE. ESCOLHA, POIS, O SEU SABONETE através da experiência. Use Eucalol e compare-o com os demais. Logicamente, você também reconhecerá a sua superioridade. Eucalol é superior ao perfume porque sua envolvente fragrância permanece em seu corpo durante horas e horas após o banho. É superior ao embelezamento porque possui as benéficas substâncias do eucalipto. É superior em sua durabilidade, porque Eucalol tem dupla-composição. Trate, pois, de sua pele com o superior Sabonete Eucalol.

Use também Talco e Creme Dental EUCALOL

PRODUTO DA PERFUMARIA MYRTA S. A. — RIO

12 OUTUBRO, 12 DE JANEIRO DE 1931

Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.
Acesso em: 10 dez. 2017.

Após conhecer os três anúncios, é possível partir para a análise do corpus de forma a compreender como a imagem de Tônia Carrero era usada nas publicidades do sabonete Eucalol de forma a se comunicar com o público feminino.

Primeiro, é importante avaliar as características dos anúncios, para assim entender o papel de Tônia dentro de seu contexto. De acordo com Denise Sant'Anna,

diferentemente do início do século XX no Brasil, quando as publicidades utilizavam apenas o nome do produto e o endereço de onde se poderia encontra-lo, a partir dos anos 1930 e 1940 o país entrava em uma era moderna da publicidade, onde os anunciantes já trabalhavam com os desejos humanos. Portanto, neste momento, começou-se a criar um clima de bem estar e felicidade associados ao consumo, e assim, o sorriso começou a fazer parte dos anúncios. “Os conselhos de beleza e propaganda daqueles anos, ao divulgarem o valor da satisfação de viver, criaram uma aura de felicidade em torno do consumo bem maior do que no passado”, deste modo, “vários produtos eram anunciados como aliados do sorriso e do conforto” (2014, p. 87-88).

Além disso, a autora cita que foi na década de 1950 que as publicações e anúncios brasileiros pararam de utilizar a expressão “remédios para a beleza” adotando, então, o termo “cosméticos”. Mesmo período em que os produtos aromáticos começaram a ter fabricação mais enfática no Brasil, pois até a Primeira Guerra Mundial esta indústria era quase inexistente no país.

Com a guerra, surgiu a necessidade de buscar novas matérias-primas no território nacional para alimentar a produção de óleos naturais, essenciais à fabricação de cosméticos. (...) Mas ao mesmo, inúmeras empresas estrangeiras especializadas em beleza e higiene estabeleceram filiais no Brasil (SANT’ANNA, 2014, p. 113-114).

Esta modernização da indústria da beleza, citada pela autora, também ajudou nesta associação da satisfação e do conforto ao embelezamento:

Os novos produtos, afirmava a publicidade, penetravam profundamente na pele e nos cabelos para fazer, eles mesmos, a obra da beleza. Maior potência aos cremes correspondia, portanto, a um esforço menor para aplicá-los: a cosmética procurava dotar o gesto que embeleza de uma inseparável satisfação e de um grande conforto (SANT’ANNA, 2014, p.114-115).

É possível ver como os três anúncios do Eucalol, citados acima, trabalham as questões enunciadas pela autora. Apesar de na **Figura 1**, Tônia Carrero não estar sorrindo, os textos ressaltam as características positivas associadas ao produto, como a refrescância e o embelezamento. Já nas **Figuras 2 e 3**, além de adjetivos positivos ligados ao sabonete, há as imagens das estrelas esboçando sorrisos.

Além disso, Nelly de Carvalho (2000) pontua como o texto publicitário utiliza determinados recursos para atingir o receptor. A autora cita três: a ordem (fazer agir), a persuasão (fazer crer) e a sedução (buscar o prazer). Nos anúncios do sabonete Eucalol foi possível encontrar os três recursos. Podemos observar a ordem, por exemplo, no

trecho: “Limpe, suavize e embeleza sua pele com o Sabonete Eucalol”. Já a persuasão pode ser vista quando o anúncio fala “Eucalol é superior no perfume porque sua envolvente fragrância permanece em seu corpo durante horas e horas após o banho. É superior no embelezamento porque possui as balsâmicas essências do eucalipto”. E a sedução está presente no exemplo “Viva sua vida com a pele mais linda”.

Quanto às características e adjetivos utilizados para descrever os sabonetes Eucalol, podemos observar uma recorrência narrada por Elizabete Kobayashi e Gilberto Hockam (2015) como uma voga dos anos 1950. Segundo os autores, além de reforçar o desejo pelo bom cheiro, os anúncios utilizavam argumentos relacionados à beleza, à maciez da pele e à pureza do produto. Nas publicidades do Eucalol, ilustradas acima, podemos ver, portanto, termos como “embelezador”, “refrescante”, “saudável” e “pele limpa”.

Nelly de Carvalho (2000) também narra que o mercado publicitário, ao perceber a mulher enquanto potencial consumidora, destinando a este segmento não apenas anúncios de produtos femininos, mas também produtos para a família, visto que a mulher era considerada a responsável pelo consumo do lar. Deste modo, visando a identificação, os anunciantes elaboraram estratégias. Uma das principais formas é a utilização de personalidades para dar credibilidade ao produto. De acordo com Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2010), a associação de estrelas de cinema a anúncios publicitários já figurava uma prática recorrente desde 1930.

Atrelar os produtos a essas figuras e veicula-las por meio de anúncios publicitários remetem à questão de que o bom cheiro representava um bom negócio. Além do desejo de se manter limpo, higienizado e livre de seus odores naturais, havia (...) um desejo reprimido de gastar com o embelezamento. A austeridade do período da Segunda Guerra acabara gerando a necessidade de se investir em algo que em nada lembrasse a escassez do conflito. No pós-guerra, esse “glamour” podia ser adquirido no mercado, por meio da aquisição de produtos que prometiam beleza e juventude (KOBAYASHI; HOCKMAN, 2015).

Isto é muito evidente nos anúncios do sabonete Eucalol. O anunciante não só utiliza a imagem de estrelas consagradas do período, como também coloca uma breve biografia de apresentação, onde estas mulheres são descritas como talentosas, experientes e competentes. Na **Figura 1**, por exemplo, relaciona à Tônia Carrero palavras como “notável”, “maior revelação” e “êxito”. O mesmo acontece na **Figura 3** com Eva Todor, chamada de “expoente máximo do Teatro de Comédia”.

Além disso, os textos dos anúncios trazem um discurso de comparação. Ressaltam a competência das estrelas para escolherem um papel ao compará-los, e escolhem o sabonete utilizando o mesmo método, indicando que estas também são competentes nesta escolha e trazendo credibilidade ao produto. “O testemunho de mulheres belas e famosas dá credibilidade ao produto e desperta desejo de identificação da mulher-consumidora com a estrela insinuante que ela gostaria de ser” (CARVALHO, 2000, p.25).

Deste modo, o anunciante, ao deixar o espaço com a interrogação ao lado do texto “O espaço ao lado é reservado ao seu retrato. Porque também você, após comparar, vai escolher o superior sabonete Eucalol” nas **Figuras 2 e 3**, convoca o consumidor a experimentar o produto e escolhe-lo, mas também a ter uma imagem comparável àquelas mulheres, de talento e competência. Se as estrelas que são competentes ao escolherem os melhores papéis, também sabem escolher o melhor sabonete, logo, deixa-se subentendido que se estas mulheres sabem escolher o melhor sabonete, possuem talento e sabem escolher os melhores papéis, assim como as atrizes.

Assim, no contexto destes anúncios, Tônia Carrero tem sua imagem construída através de uma ótica de competência, credibilidade e beleza. Na **Figura 1** temos uma fotografia de perfil de Tônia em primeiro plano, onde a atriz é retratada como uma representação clássica. Podemos interpretar isso através do penteado à moda das imagens da Grécia antiga, mas também através de suas feições, que transmite uma aura etérea e elevada. Considerada uma atriz de beleza clássica, a estrela encarnava esta imagem do belo. Humberto Eco (2007) compreende, em sua obra *História da Beleza*, que há um senso comum em que a beleza clássica é fundamentada em harmonia e equilíbrio das proporções. Conforme Michael Willian (2013), o *star system* se apropriou de modelos de outras formas de arte visual, principalmente o classicismo, como forma de moldar a percepção de como uma estrela de cinema deveria se parecer. Segundo ele, esta apropriação foi uma estratégia de valorização cultural nos primórdios do cinema.

Ao lado vemos outra fotografia da atriz em cena com Paulo Autran e pela legenda sabemos se tratar da peça teatral *Um Deus Dormiu lá em Casa*, estreia da estrela no teatro e início da parceria com o ator Paulo Autran. Esta produção foi de grande sucesso no período, ficando em cartaz durante um ano, o que ainda rendeu ao par de protagonistas os prêmios de Melhor Atriz e Melhor Ator pela Associação de Críticos Cariocas.

Como a peça tem como tema a antiguidade grega, é possível imaginar que a foto de perfil da atriz seja de algum material de divulgação da mesma produção. Colocar imagens de Tônia Carreiro nos palcos, e sobretudo desta peça que lhe rendeu o título de revelação teatral de 1949, ajudam a contribuir com a imagem de credibilidade e competência trabalhada no anúncio.

Além disso, na foto de perfil, a estrela aparece maquiada, com as sobrancelhas marcadas, batom nos lábios e olhos pintados, reforçando sua beleza, e por mais que se trate de uma imagem da peça teatral, a fotografia permite ver os detalhes da maquiagem de Tônia de forma clara para a qualidade técnica da época. A associação da higiene com a beleza era uma tendência das décadas de 1940 e 1950, segundo Denise Sant'Anna (2000), e podemos ver como o Eucalol trabalha isto ao se nomear o mais “embelezador” e trazer, como garotas propaganda, mulheres consideradas belas pela mídia.

Isto também é evidente na fotografia da **Figura 2** (que é a mesma foto utilizada na **Figura 3** de forma reduzida): Tônia aparece sorrindo, desviando o olhar da câmera, com os cabelos cuidadosamente penteados e maquiagem leve. Esta imagem se relaciona com o que Priscilla Figueiredo (2007, p.36) descreve como tipo ideal de beleza visto no cinema e nas revistas de fã da época: “O corpo cuidado, asseado, maquiado, vigoroso deve parecer natural”. Ou seja, todo o esforço de embelezamento é omitido pelas estrelas, ao mesmo tempo em que é incentivado.

De tal modo, após observar as publicidades acima, podemos deduzir que os anunciantes vendem o sabonete Eucalol através de uma combinação de texto e imagem, em que as estrelas, neste caso Tônia Carrero, representam competência e credibilidade. Além disso, os anúncios transmitem de forma sutil uma beleza construída para se parecer natural, o que Margarida Maria Adamatti (2008) explica ser característico do *star system*: a estrela precisa estar entre o sofisticado e a simplicidade, sendo esta aliada à naturalidade, uma vez que devem ser belas por natureza e não precisam de truques ou maquiagem, apesar de as imagens mostrarem o oposto. Assim, subentende-se que com o consumo do produto, é possível adquirir os atributos das atrizes, como a própria beleza e o talento.

2.3. Tônia Carrero: a construção da imagem de estrela

As revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda* ao veicularem fotografias, entrevistas e reportagens sobre Tônia Carrero, propagavam uma imagem de feminilidade construída

através de atributos como aparência, sofisticação, *glamour* e confiança, citados por Jackie Stacey (1994) como elementos constituintes do processo de identificação do público feminino com as estrelas cinematográficas.

A série de imagens a seguir foi selecionada por ilustrar matérias que retratam o contexto do estrelismo brasileiro entre o período de 1947 e 1955, como reportagens que abordam a trajetória artística de Tônia Carrero, coberturas de eventos em que a atriz esteve presente e bastidores de gravação de filmes. Foram reunidas fotografias que possuem como característica semelhante questões relacionadas à moda, à beleza e ao comportamento, indicando a presença da intérprete envolta em atmosfera do *glamour* referente ao universo cinematográfico brasileiro.

É possível perceber que enquanto a *Scena Muda* traz mais fotografias posadas ilustrando matérias sobre a carreira de Tônia Carreiro, *O Cruzeiro* apresenta em maior quantidade os denominados instantâneos, fotos flagradas da atriz em coberturas de eventos. Isto evidencia características editoriais dos periódicos neste período. De acordo com Maria Margarida Adamatti (2008), a *Scena Muda*, na qualidade de revista de fã, é órgão gerador de *star system*, e conta com materiais enviados pelos estúdios cinematográficos como principal fonte de suas matérias. Deste modo, o tipo de fotografia mais utilizado pela publicação eram as imagens posadas. Já *O Cruzeiro* veio, desde o seu surgimento na década de 1920, com o objetivo de ser o mais moderno periódico do país. Portanto, Helouise Costa e Sérgio Burgi (2011) declaram que a partir de 1943, quando o fotojornalismo se desenvolveu, a revista adotou a fotorreportagem como “carro-chefe”, se inspirando em revistas estrangeiras como a norte-americana *Life* (1883) e a francesa *Paris-Match* (1949), publicações que já haviam adotado este novo modelo de jornalismo. Assim, com a adoção do fotojornalismo, *O Cruzeiro* introduziu a dupla repórter-fotógrafo e “mudou o padrão adotado até então, no qual predominava o texto. Toda matéria era, antes de mais nada, imagem” (MIRA, 2003, p.24).

A **Figura 4** é uma fotografia retirada da edição de número 16 da revista *Scena Muda*, publicada em 22 de abril de 1947, página 7 e ilustra a matéria “O Cinema Nacional apresenta sua nova descoberta: Tônia Carrero”. Escrita por Roberto Ruiz, a reportagem é veiculada antes mesmo da estreia da atriz no cinema, no filme *Querida Suzana* (1947), e a apresenta para seus leitores. Da mesma forma que Ana Carolina de Moura Delfim Maciel (2008) afirma que ocorreu com Eliane Lage, em que a imprensa teve um papel fundamental em sua gestação de estrela, pois as matérias buscavam

explorar informações que situassem para o público quem era esta nova intérprete que surgia, podemos ler da mesma forma esta reportagem de Tônia Carrero.

Deste modo, o jornalista, além de apresentar a nova estrela aos leitores da revista, destaca algumas de suas características. Diversas vezes durante o texto, o redator deixa claro a origem abastada de Tônia Carrero, ressaltando que a atriz é uma jovem da sociedade, frequentadora das praias brasileiras, filha de “ilustre oficial brasileiro” amante das artes, com residência em Ipanema de frente para o mar, porém salienta também a modéstia da atriz, citando como ela elogiava os colegas de tela e como não se imaginava na frente das câmeras. De acordo com Margarida Maria Adamatti (2008) as estrelas precisavam evitar parecer esnobes, pois a autopromoção levava à perda de credibilidade, diante disto, elas precisavam contestar o fato de serem belas, glamourosas e terem *sex-appeal*.

Figura 4: Estudo fotográfico de Tônia Carrero. *Scena Muda*, 22 de abril de 1947, p. 7.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

A fotografia se trata de um ensaio de fotogenia, como podemos inferir através da legenda “Um estudo fotográfico de Carlos mostrando a linda artista que Alípio Ramos descobriu e vai apresentar em Querida Suzana”. Estes testes eram realizados pelos estúdios para “delimitar os ‘melhores ângulos’ das estrelas e disfarçar possíveis imperfeições. Uma vez estabelecida a fotogenia, pode-se buscar a iluminação e movimentação de câmera ideais, visando a valorizar os traços do rosto” (MACIEL, 2010, p.185).

A imagem traz Tônia Carrero em *close-up*, de perfil, olhando para o canto superior. O enquadramento não permite identificar o ambiente, mas possivelmente remete a um estúdio. A iluminação incide apenas na intérprete, criando uma sombra na parede atrás enquanto destaca o seu rosto. Estes elementos criam para a atriz uma aura etérea e inacessível, uma vez que esta não fita ou sorri para a câmera.

Sobre a imagem de Tônia Carrero em si, a fotografia nos mostra a intérprete com os cabelos penteados emoldurando seu perfil. Também podemos observar que esta usa um suéter listrado acompanhando de um colar longo de pérolas. Conforme Carol Dyhouse (2010) as joias eram elementos usados na construção de uma imagem de *glamour*. Ela aponta que a pedra utilizada também exercia um papel na composição desta representação, logo, as pérolas eram relacionadas à classe, tradição e virtude, e se fossem originais conferiam distinção a quem as usasse.

O suéter também foi uma peça importante na constituição de imagens das estrelas, inclusive compondo uma tipificação do *star system*. Cheryl Crane e Cindy de La Hoz (2008) narram o papel de Lana Turner (1921-1995) neste processo. Segundo as autoras, Lana foi descoberta aos 16 anos enquanto usava um suéter justo e então convidada a participar de um filme. Em seu primeiro papel na película *Esquecer, nunca* (1937), a atriz aparecia usando também a peça de roupa, que ressaltava seus seios enquanto andava, ganhando, deste modo, o apelido de “*sweater-girl*”. Assim, o suéter justo, associado a uma imagem sexy, passou a ser relacionado às estrelas de seios avantajados em Hollywood. Esta associação da peça com a valorização do busto se estendeu ao Brasil, pois em 1955 em São Paulo houve Miss Suéter. Luís André do Prado e João Braga¹⁵ (2011, p.202) descrevem que o concurso promovido pelas lojas

¹⁵ Os autores citam esta única edição do concurso, e embora não conseguimos saber com precisão quantas edições ocorreram, foi possível considerar, através de consulta a periódicos da época, que o título decorreu até 1960. Além disso, também foi possível observar que houveram edições locais organizadas por clubes, como no caso de Uberaba (MG) que teve sua versão lançada pelo Jockey Club em 1955,

Mappin, Moinho Santista, Tricô-Lã e Max Factor visava eleger duas moças vitoriosas – uma loira e uma morena – que se destacassem em elegância, “a beleza do suéter, a plástica do busto que o suéter modela”. Logo, podemos inferir que há, possivelmente, uma tentativa de associar a representação de Tônia Carrero à imagem de sensualidade do suéter promovida pelo cinema hollywoodiano.

Já em 1950 a revista *Scena Muda* publica a matéria “Tônia Carrero: uma estrela com máscara” em 25 de abril, onde o autor Alberto Conrado, após o lançamento do segundo filme da atriz, *Caminhos do Sul* (1949), aborda a carreira da intérprete, tanto no cinema como no teatro, ressaltando seu talento para a atuação. Diferentemente da entrevista anterior, este texto não faz referências à vida pessoal da atriz ou à sua beleza, assim como não visa apresentá-la ao público. O redator também destaca que “Tônia Carrero é uma figura cinematográfica no sentido mais puro da palavra”. Além disso, nesta reportagem pudemos notar que as fotografias não são creditadas.

Figura 5: Tônia Carrero sentada em cadeira com seu nome gravado. *Scena Muda*, 25 de abril de 1950, p. 4.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>.

conforme vimos no jornal *Lavoura e Comércio* (1899-2003) e *Rio de Janeiro* (RJ) com as edições do *Satélite Clube* e do *Renascença Clube* em 1961 segundo o jornal *Diário Carioca* (1928-1965).

Acesso em: 20 jan. 2018.

Nesta imagem (**Figura 5**), legendada como “O cinema nacional ganha uma artista com personalidade”, Tônia Carrero é fotografada em *close-up* sentada em uma cadeira cinematográfica, geralmente associada aos diretores ou membros de destaque dos elencos, que traz seu nome gravado nas costas. Além disso, Jackie Stacey (1994, p.373) assinala como o *close-up* no cinema hollywoodiano teve um papel fundamental na criação de intimidade com o público feminino. A autora destaca como esta imagem em grande escala do rosto das atrizes deu ênfase a expressões e características faciais. “Detalhes das sobrancelhas, cílios, dentes e outros não podiam ser vistos pelas espectadoras femininas se não fosse através do *close-up*”. Deste modo, ela reforça como o enquadramento foi utilizado para gerar conexão emocional entre as estrelas e o público, ou seja, o *close-up* ao mesmo tempo em que fragmenta e objetifica o corpo feminino para o consumo do espectador, também produz formas particulares de recepção íntimas na troca de experiências femininas sobre a aparência do corpo, pois ao copiar gestos, movimentos e aparência dos astros era uma forma de se conectar com a estrela.

A intérprete aparece com uma camisa clara, que juntamente com a iluminação, ajudam a destacá-la no ambiente. Sobre a roupa, não podemos constatar se são trajes próprios da atriz ou figurino de determinada produção. Não é possível identificar o local da imagem, mas pela presença da cadeira, podemos supor se tratar dos bastidores de algum filme. Tônia também aparece bem penteada e com maquiagem destacando os lábios, e desta vez fita a câmera, apesar de não sorrir.

A partir destas colocações, podemos deduzir que a pose de Tônia Carrero na cadeira cinematográfica é uma forma de representar a intérprete como um nome de importância do cinema nacional, enquanto o fato de a atriz encarar a câmera indica uma aproximação com o leitor.

Sobre as roupas simples, Margarida Maria Adamatti (2008, p.131) explica que é uma forma de mostrar ao público o *it* das estrelas de forma mais incisiva, “porque quando se fotografa uma mulher simplesmente vestida, sem luxo, e mesmo assim ela parece especial” é uma maneira de indicar também *glamour*, pois este vai além de roupas luxuosas, verifica beleza e atitude. Além disso os lábios coloridos eram também uma codificação do *glamour*. Carol Dyhouse (2010) define o batom como umas das

principais convenções de representação do termo no século XX, enquanto o ato da aplicação confere diversos significados, como confiança em si e provocação.

Os *posters*, de acordo com Maria Margarida Adamatti (2008) - imagens de atrizes e atores trazidas em página inteira ou página dupla e não eram acompanhadas de textos - eram publicadas com o objetivo de serem recortadas e colecionadas pelos fãs e também eram frequentemente publicadas na imprensa voltada ao estrelismo. A **Figura 6** consiste em um exemplo de *poster* de Tônia Carreiro publicado na edição de número 26 da revista *Scena Muda* em 27 de junho de 1950. A mesma autora destaca que poucos astros brasileiros eram representados em *posters* na revista *Scena Muda*, o que aponta, mais uma vez, a importância de Tônia Carrero para o universo cinematográfico nacional.

Figura 6: Fotografia de Tônia Carreira publicada sem vínculo a qualquer matéria. *Scena Muda*, 25 de abril de 1950, p.51.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

Na fotografia, creditada a Ávila, podemos ver outra vez Tônia Carrero de perfil, sem fitar a câmera ou sorrir. Também não é possível saber o local e a data da fotografia, uma vez que a intérprete se encontra em *close-up* e a iluminação faz um jogo de contrastes que destaca apenas sua face, deixando o fundo escurecido. Apesar disso, deduzimos se tratar de uma foto em estúdio. Os cabelos bem penteados e a maquiagem leve também se destacam na iluminação. Novamente, compreendemos a fotografia como uma representação da atriz de áurea etérea e inacessível, onde o *glamour* está presente mais uma vez, através dos lábios coloridos e cílios e sobrancelhas bem marcados, assim, valorizando os traços na de Tônia Carrero diante da luz que destaca seu rosto.

No mesmo ano a atriz foi fotografada pela revista *O Cruzeiro* durante sua participação em um evento. Publicada em 27 de maio, a matéria “A ‘Televisão Tupi’ vai para o ar”, com texto e imagens credita a Luciano Carneiro, abrange primeira experiência da TV Tupi para seu lançamento posterior. A reportagem traz como foco a emissora e não dá destaque para a presença dos famosos no evento, a cobertura desta parte fica a cargo das imagens. A **Figura 7**, onde Tônia aparece ao lado de outras estrelas nacionais, é a fotografia de abertura nesta reportagem.

Figura 7: Tônia Carreira ao lado de Nelly Rodrigues, Aimée de Heeren, Virginia Lane e Alma Flora nas primeiras experiências da TV Tupi. *O Cruzeiro*, 27 de maio de 1950, p.62.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

É característico das fotorreportagens que as imagens contenham uma história visual, apoiada pelo texto verbal:

(...) na fotorreportagem, há a preponderância da imagem sobre o texto escrito. Ela não é uma simples reportagem verbal ilustrada, mas visual

auxiliada por texto. Porém, para a caracterização de uma matéria como fotorreportagem, não basta a predominância da fotografia; é necessário que as fotos estejam organizadas sequencialmente, de modo a contar uma história, mais ou menos como uma “história em quadrinhos”. Além do encadeamento das imagens, também a ordem de leitura e o tamanho das fotografias são observados. Geralmente, as grandes fotorreportagens de O Cruzeiro eram constituídas de várias fotografias que ocupavam muitas páginas. O início, o meio e o fim eram marcados por imagens de página inteira, alternando o ritmo visual da diagramação (MEYRER, 2010, p.199).

A partir destas explicações, é possível sugerir que a presença das estrelas tinha tanta importância quanto as experiências televisivas para o lançamento da emissora. Assim, fotografia traz como legenda o texto:

A ‘Televisão Tupi’, que brevemente entrará em lançamento no Rio de Janeiro, convidou uma numerosa caravana de artistas teatrais para uma experiência de seus aparelhos do estúdio da ‘General Eletrics’. Vemos no clichê, posando para a máquina (cuja silhueta se distingue a direita), cinco das festejadas atrizes que estiveram presentes: Tônia Carrero, Nelly Rodrigues, Aimée, Virginia Lane e Alma Flora (da esquerda para a direita). A experiência foi coroada com êxito (O CRUZEIRO, 27 de maio de 1950, p.62).

A fotografia retrata as atrizes enfileiradas em frente a duas logos da empresa General Eletrics e de uma placa da emissora Tupi. À frente delas podemos ver as silhuetas de alguns homens não identificados, bem como a da máquina de transmissão. Da direita para esquerda, Tônia Carrero, Nelly Rodrigues, Aimée de Heeren, Virginia Lane e Alma Flora aparecem bem penteadas e maquiadas trajando *tailleurs*. Popularizado por Coco Chanel (1883-1971) nos anos 1930, a versão feminina para o terno volta à moda renovado. Também é possível observar a presença de acessórios como joias e combinação entre sapatos e bolsas – como o caso de Nelly Rodrigues. A fotografia também nos chama atenção para as luvas usadas por Tônia Carrero. Conforme Barbara Cox et al (2013), no século XX o uso de luvas era praticamente obrigatório e reforçado por livros de etiqueta. As curtas deveriam ser utilizadas durante o dia e as longas para a noite. Além disso, Luiz André do Prado e João Braga (2011) apontam que as peças eram usadas em ocasiões especiais e denotavam refinamento.

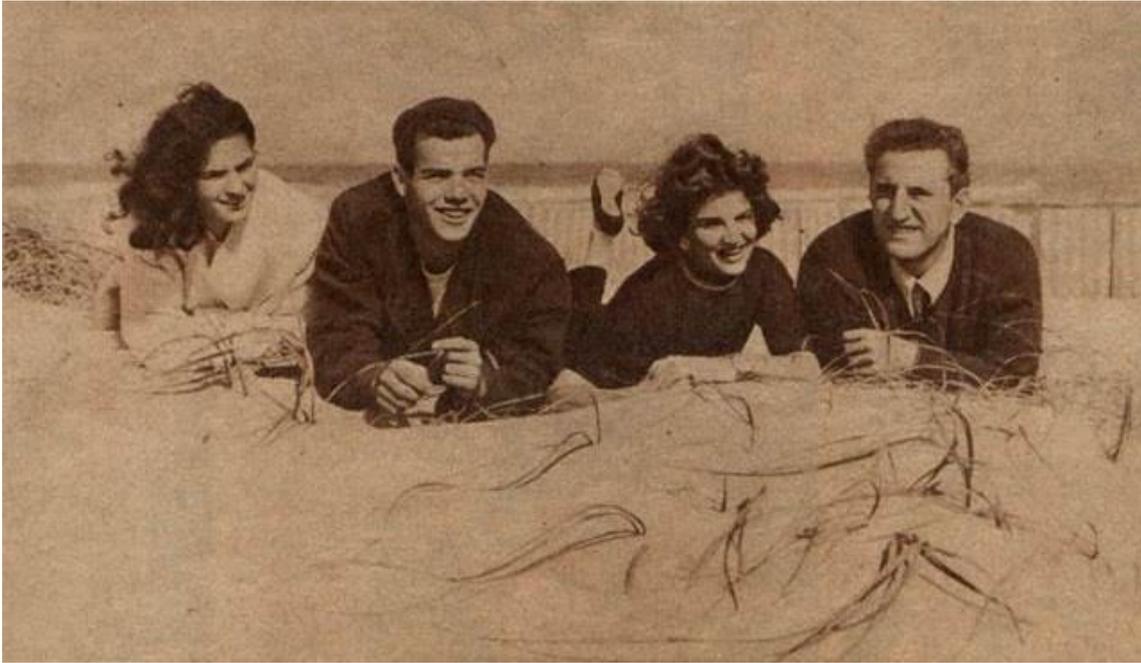
Estas observações sobre a imagem nos levam a deduzir que a fotografia reforça a representação de *glamour* de Tônia Carrero ao mostrá-la em um evento considerado importante para a comunicação brasileira ao lado de nomes de destaque do teatro nacional. Além disso, esta representação da intérprete também é disseminada na fotografia através de seus trajes.

A cobertura do Festival de Cinema de Punta del Este no Uruguai publicada na edição 25 em 07 de abril de 1951 sob o título “Brasileiros no Festival de Cinema” também trazem fotografias de Tônia Carrero em um ambiente de fama, e reforçam, assim, sua imagem de estrela. Creditada a Josué Guimarães e fotografada por Ed Keffel, a reportagem aborda o festival, dando ênfase às conquistas do cinema nacional e dos astros que se destacaram no evento. Deste modo, o redator descreve que:

Tônia Carrero foi considerada pelos ‘entendidos’ como uma das atrizes mais lindas do Festival e durante várias tardes aqui em Punta del Este valeu a pena assistir dezenas de fotógrafos das mais acreditadas publicações do mundo disputando as poses da heroína de ‘Perdida pela Paixão’ (O CRUZEIRO, 07 de abril de 1951, p.50).

A **Figura 8** abre a reportagem sobre o festival e vem com a legenda “Nas areias macias de ‘Playa Brava’, os brasileiros Marisa Prado, Mário Sérgio, Tônia Carreiro e Adolfo Celi (trabalha no Brasil), aproveitam algumas horas de folga para um contato mais íntimo com o vento e o sol do Uruguai” (p.50). Nela podemos observar os astros deitados de bruços de forma descontraída sobre a areia de uma praia. Os quatro não estão de roupas de banho ou roupas esportes. Marisa Prado usa o que parece ser uma camisa branca e Tônia Carrero uma roupa preta, porém não podemos saber se é um vestido ou um conjunto. Já os homens trajam paletó e terno. Isto mostra, conforme reforça a legenda, que os astros estão lá a trabalho, e não a lazer. Porém, de acordo com Margaria Maria Adamatti (2008), os impressos de modo geral mostravam estrelas se divertindo até nos momentos de filmagem, concebendo o local de trabalho também como um ambiente de prazer. Porém, é pertinente observar que as temperaturas de Punta Del Este em abril se encontram entre 18° e 21°, o que também pode explicar os trajes usados pelos astros.

Figura 8: Tônia Carreira ao lado Mariza Prado, Mário Sérgio e Adolfo Celi no Festival de Cinema de Punta del Este. *O Cruzeiro*, 07 de abril de 1951, p.50.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

A mesma reportagem sobre o festival traz outra imagem (**Figura 9**) onde podemos ver Tônia Carrero em um momento de descontração ao lado de outros astros. O grupo está em uma carruagem e todos esboçam sorrisos. Tônia, além de sorrir, olha diretamente e acena para câmera, indicando uma maior aproximação do leitor.

Figura 9: Tônia Carreira ao lado Mariza Prado, Mário Sérgio e Anselmo Duarte em carruagem no Festival de Cinema de Punta del Este. *O Cruzeiro*, 07 de abril de 1951, p.52.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

Podemos observar que nesta fotografia Tônia Carrero usa as mesmas roupas da **Figura 8**, o que nos indica que ambas as imagens foram realizadas no mesmo dia. Também é possível notar que a intérprete usa joias – um possível colar de pérolas de duas voltas, pulseira e anel na mão esquerda. Além disso, a atriz parece segurar um cigarro. De acordo com Miguel Angel Schmitt Rodriguez (2008), Hollywood ao utilizar o cigarro em cena como objeto de composição de personagens, contribuiu para sua glamourização. Assim, nos anos 1950, o ato de fumar era associado a um estilo de vida moderno, rico e *glamouroso*, e as mulheres que fumavam eram relacionadas ao desejo e à sedução. Assim, conforme podemos observar também nas **Figuras 10 e 11**, o cigarro era um objeto que aparecia constantemente nas mãos de Tônia Carrero.

Silvia Sasaki (2010) ao analisar as peças publicitárias publicadas no periódico *Jornal das Moças* (1914-1965) entre os anos de 1940 e 1960 identificou as formas de representações femininas como consumidoras dos anúncios de cigarro. Ela aponta que foi com o surgimento da marca Hollywood, criada em 1931 no Brasil pela empresa Souza Cruz, que reforçou esta associação entre o prazer de fumar e o sucesso do cinema hollywoodiano nos anos 1940 no país, uma vez que a marca buscava nos filmes seus efeitos simbólicos de suas publicidades. Deste modo, a autora reforça que a indústria do fumo, na década de 1950, propagava o discurso para o público feminino de que o hábito de fumar é símbolo de elegância e aceitação no meio social.

Fumar tornou-se sentido de também participar desta nova sociedade consumidora, onde a marca de cigarros Hollywood, inicia sua ostensiva publicidade nos anos 1940, evidenciando uma mulher poderosa como uma estrela de cinema; na década de 1950, uma mulher que participa ativamente dos círculos da alta sociedade (SASAKI, 2010, p.8).

Além disso, ambas as imagens apresentam Tônia em situações típicas de uma atriz de sucesso. A primeira foi retirada da matéria “A resposta foi: não!” (SCENA MUDA, 08 de novembro de 1951) que anuncia a seus leitores que Tônia Carrero recebeu uma proposta de 200 mil cruzeiros oferecidos pelo produtor Walter Pinto (1913-1994) para que se reunisse ao teatro de revista, tornando-se vedete. Assim, além de falar sobre a oferta, a publicação anuncia a resposta negativa da intérprete e reforça seu amor pelo cinema.

Figura 10: Tônia Carreira e Walter Pinto em proposta para teatro de revista. *Scena Muda*, 08 de novembro de 1951, p.14.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

Através dos estudos de Margarida Maria Adamatti (2008) percebe-se o conteúdo da *Scena Muda* é muito permeado por sensacionalismo e *fait divers*¹⁶. A autora cita que estes recursos são aplicados nas revistas de fãs como forma de trazer publicidade ao público através de invenções realizadas pelos departamentos de propaganda. Assim, muitas vezes a publicação transforma o cotidiano das estrelas em fatos de grande relevância, conquistando a atenção de fãs ávidos por consumir detalhes da vida de seus ídolos.

A mesma autora ressalta que a fofoca, um dos recursos do sensacionalismo e do *fait divers*, também é sempre encontrada no periódico. Segundo ela, geralmente há interesse mútuo entre revistas, estúdios e astros por detrás destas fofocas, que muitas vezes eram utilizados como forma de divulgação de filmes. Por isso, não havia a preocupação com a veracidade dos fatos apresentados nas matérias. Além disso, os boatos eram publicados em tom de confissão e segredo, como forma de aproximar a estrela do leitor e aumentar sua curiosidade.

¹⁶ O conceito *fait divers* foi utilizado por Barthes (1964) dentro da teoria do jornalismo para designar fatos fora de contexto que não se enquadravam nas tradicionais editorias jornalísticas: economia, política, internacional e esporte. Geralmente é empregado no noticiamento de fatos pouco comuns ou inexplicáveis.

A partir destas colocações, podemos nos questionar se esta negociação entre Tônia Carrero e o Walter Pinto foi real ou se foi uma forma de divulgação da estrela. E mesmo que trate-se de uma oferta real, é presumível que foi avisado à imprensa que isto ocorreria. Se observarmos a **Figura 10**, podemos notar que não é uma simples negociação, há uma pompa no ambiente. Ambos estão sentados a uma mesa onde é possível notar copo de bebidas e por trás do texto “Não me vendo por preço algum!” há o que parece ser uma refeição. A intérprete utiliza um traje estampado e decotado, joias nas orelhas e no braço, cabelos bem penteados, maquiagem, cigarro na mão e olha para o que supomos ser um contrato. Já o produtor aparece de terno, segurando na mão esquerda um cigarro e na direita uma caneta. Deste modo, há a possibilidade de tratar-se de uma fotografia simulando flagrante, que segundo Margarida Maria Adamatti (2008) é um tipo de foto posada utilizada pelas revistas de fãs para mostrar algum momento do cotidiano da estrela.

Sobre a mesma fotografia é importante ressaltar a presença do texto “Não me vendo por preço algum” na imagem. Analisando o contexto do período podemos supor que Tônia Carrero se negou a assinar o contrato para se tornar vedete do teatro de revistas devido ao preconceito que cercava o gênero. Segundo Tânia Brandão (2010), o teatro de revista foi prejudicado desde seu surgimento no século XVIII devido a sua origem popular.

A sua origem – se é que se pode falar nestes termos – seria a expressão popular, quer dizer, formas de manifestação sensível das pessoas comuns, das ruas, afastadas das academias e dos salões da grande arte. Ele seria um filho querido das feiras, mercados e praças, dos prostíbulos ou casas de diversão masculinas, das festas e manifestações do populacho, formas de passatempo urbano que, no caso brasileiro, começaram a se delinear com alguma clareza no século 18, para tomar forma mais nítida no início do século 19 e se impor como acontecimento social e – digamos – cultural na segunda metade do século 20. (BRANDÃO. 2010, p.15)

Neyde Veneziano (2012) pontua que apesar de nos anos 1950 o gênero musical ter alcançado sua era de ouro com grandes cenários e estrelas e conquistado popularidade diante do público, ele ainda era repudiado pelos críticos. Deste modo, Tônia Carrero, que vinha obtendo reconhecimento de crítica no cinema e no teatro, possivelmente não queria ter a sua imagem associada ao gênero. Além disso, podemos inferir que isto demonstra a personalidade forte da atriz, demonstrando que seus ideais estão acima de cachê.

Já a imagem seguinte consiste em uma fotografia publicada em 03 de março de 1954, na revista *Scena Muda*. Este volume foi dedicado ao Festival Internacional de Cinema do Brasil ocorrido em São Paulo neste mesmo ano com o objetivo de comemorar os 400 anos da cidade e divulgar a produção cinematográfica nacional para o exterior. Deste modo, a publicação fez uma cobertura geral do evento, trazendo informações sobre os filmes exibidos no festival, a vinda de astros internacionais no país e a presença de estrelas nacionais na festividade.

Em um contexto em que a sociedade paulistana passava na primeira metade do século XX por um processo acelerado de industrialização e urbanização, a cidade vivia um período de efervescência cultural, em que se via surgir, através do capital burguês, o lançamento de revistas, organizações de eventos culturais, fundação de cineclubes, criação de grupos de teatro e de cinema, como a Companhia Cinematográfica Vera Cruz e o Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) e preparação de exposições. Estes empreendimentos culturais somados ao crescimento urbano elevaram São Paulo ao status de metrópole, um lugar onde o progresso e a modernidade deveriam ser as principais diretrizes. Deste modo, o IV Centenário de São Paulo realizado em 1954 foi um evento de grande importância para firmar a cidade enquanto metrópole econômica e cultural do país (ARRUDA, 2015).

Tônia Carrero aparece na matéria “Os brasileiros no Festival”, onde o enfoque é a produção cinematográfica em si, e não a presença dos astros no evento. Ficamos sabendo quem compareceu ao festival através das imagens e legendas. Assim, a **Figura 11** apresenta a intérprete assinando um caderno, enquanto sorri e segura um cigarro. Através da legenda sabemos tratar-se de um momento em que a atriz dá autógrafos para um fã, pois o texto informa: “Tônia Carrero, uma das mais populares atrizes do nosso cinema distribui autógrafos”.

Figura 11: Tônia Carrero distribui autógrafos no Festival Internacional de Cinema do Brasil. *Scena Muda*, 03 de março de 1954, p. 12.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

Na fotografia vemos Tônia Carrero distribuindo autógrafos enquanto segura com a mão esquerda um cigarro. A intérprete aparece bem penteada, maquiada e utilizando um traje com bordados no decote. Além disso, é possível notar um anel do dedo mínimo da mão que segura o cigarro e o caderno. Novamente podemos observar uma representação glamourosa de Tônia como nome expressivo do estrelismo nacional.

A revista *O Cruzeiro* também fez sua cobertura sobre o Festival Internacional de Cinema no Brasil ocorrido no IV Centenário de São Paulo em 1954. Publicada em 27 de fevereiro de 1954, a matéria não creditada faz um pequeno apanhado do evento em tom crítico. O texto não entra em detalhes sobre os lançamentos, presença de astros internacionais ou nacionais, se resumindo apenas em:

O Festival se realizou o tempo todo em recintos fechados. Muitos coquetéis, filmes em excesso e exibidos ao mesmo tempo em lugares diversos. Só assistiram todos os filmes aqueles críticos que possuem o tom da ubiquidade, coisa, aliás, extremamente rara. O pessoal resignou-se a ficar perambulando pelos “halls”. As atrizes, já que não havia lugar para maiô, exibiam vestidos elegantes. Os homens puseram “smoking” mas na desorganização, muitos foram os que apareceram de ternozinho de “caruá”¹⁷. Enfim, tudo é Brasil. Se não houve organização, pelo menos fêz-se algum movimento com esse Festival, que é pré-carnaval, mas tem muito ar de quarta-feira de cinzas (O CRUZEIRO, 27 de fevereiro de 1954, p.13).

¹⁷ Caruá é um tipo de bromélia típico do cerrado e da caatinga cuja folha fornece fios para a confecção de barbantes, linhas de pesca, chapéus e tecidos (<http://www.cerratinga.org.br>).

Apesar do tom crítico do texto, é possível observar que o redator ressalta a tentativa do evento de criar uma atmosfera de *glamour*. Além disso, a legenda “A rainha da festa. A bela Tônia Carrero foi a maior sensação entre as brasileiras. Pela beleza e inteligência não tem nada a perder para muita estrangeira de grande cartaz” sugere que apesar do evento brasileiro não ter a mesma qualidade dos internacionais, as estrelas nacionais não ficam atrás ao serem comparadas com as do exterior.

Figura 12: Tônia Carrero no Festival Internacional de Cinema do Brasil. *O Cruzeiro*, 27 de fevereiro de 1954, p.13.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

A **Figura 12** demonstra como o *glamour* estava presente no Festival. Na fotografia podemos observar Tônia Carrero utilizando mesmo traje da **Figura 11**, porém há uma diferença nos penteados. Na imagem anterior a intérprete parecia estar usando os cabelos soltos, enquanto neste caso aparece com um penteado. Além disso, a iluminação desta foto permite ver de forma melhor o traje da atriz. É possível perceber que Tônia carrega em seus braços o que parece ser um casaco de peles. Barbara Cox et

al (2013) apontam que Hollywood adotou as peles como elemento de *glamour*, transformando-a em um ingrediente essencial do guarda-roupa das estrelas.

A matéria a seguir, “Tônia Carrero. A mais bela estrêla do nosso cinema”, publicada na revista *Scena Muda* em 17 de julho de 1952 traz uma fotografia da atriz nos bastidores do filme *Apassionata*. O texto, sem autoria creditada, tem como abordagem o talento da intérprete para as telas cinematográficas e sua beleza, que segundo o redator, chamou atenção em Cannes após a exibição de *Tico-tico no Fubá* (1952), filme da Vera Cruz protagonizado pela atriz. Além disso, anuncia a próxima película estrelada por Tônia, *Apassionata*. Deste modo, é possível supor que o artigo é uma forma de divulgação do novo filme protagonizado pela atriz

Figura 13: Tônia Carrero em imagem do filme *Apassionata*. *Scena Muda*, 17 de julho de 1952, p. 22.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

A fotografia mostra Tônia Carrero caracterizada como a pianista Silvia Nogalis, seu papel na película *Apassionata*. A atriz traça um vestido ajustado ao corpo em tom claro com bordados que começam no busto e vão até o quadril. Segundo Carol Dyhouse (2010) os vestidos justos e em tecidos brilhantes eram peças utilizadas como codificações de *glamour*.

Colante era um adjetivo muito usado (...) para descrever o modo como os vestidos em corte enviesado feitos em cetins lustrosos, sedas e veludos acentuavam a silhueta. Por baixo de seus casacos de pele as mulheres glamourosas usavam tecidos convidativos ao toque em peças que abraçavam os corpos. O *glamour* era curvilíneo. Nem muito gordo, nem muito magro (DYHOUSE, 2010, p.41 – Tradução nossa).

Além disso, também é possível notar que o vestido trajado por Tônia Carrero na fotografia se refere a um modelo “tomara que caia”. Conforme cita Denise Sant’Anna (2014), ajudava a compor a moda dos seios fartos combinados com a cintura fina, dois dos grandes atributos associados a uma bela mulher.

Charlotte Seeling (2000, p.174) reforça como Hollywood desenvolveu a ideia de vestidos em tecidos lustrosos claros para se tornarem símbolo do *sex-appeal*: “sua característica de refletir a luz dos projetores torna-o um acompanhante de confiança em grandes cenas, especialmente para mulheres loiras”.

Deste modo, ao vermos Tônia Carreiro caracterizada com o vestido ajustado em tom claro, podemos supor que estas peças foram utilizadas para a criação de uma representação *glamourosa* e sensual de sua personagem. Quando assistimos *Apassassionata* e sabemos que foi um filme produzido para a intérprete protagonizá-lo, é possível notar que o papel de fato se enquadra nesta imagem construída para Silvia Nogalis e, conseqüentemente, Tônia Carrero.

Após analisar as fotografias, podemos inferir como o material veiculado pela mídia brasileira ajudava na constituição de Tônia Carrero enquanto estrela do cinema nacional ao mesmo tempo em que construía para a atriz uma representação pautada em *glamour*. Com uma imagem trabalhada através da maquiagem, penteados e vestuário aos moldes hollywoodianos, Tônia era uma estrela brasileira que ganhava na imprensa nacional o destaque de uma atriz internacional. Deste modo, de forma intencional ou

não, Tônia Carrero acabava se tornando um modelo de feminilidade para o público consumidor destas revistas.

CAPÍTULO 3 – TÔNIA CARRERO E A CONSTRUÇÃO DA SEDUÇÃO: CORPO E ARTIFÍCIOS

Se olharmos o significado de sedução no dicionário, podemos defini-la como o ato de fascinar, atrair e gerar desejo. Apesar de comumente associado à conotação sexual, o termo não se refere unicamente a seduzir o outro em termos de possuí-lo de forma sexual, mas também de seduzir a atenção do público durante um discurso, de atrair o olhar de um observador para uma fotografia ou de despertar o desejo de um consumidor diante de um bem (GREENE, 2001). Quando falamos sobre este termo no cinema, logo pensamos no poder de sedução das estrelas, na fetichização de suas imagens conforme apontado por Laura Mulvey (2009) diante dos espectadores. Deste modo, através de erotização dos astros, o universo cinematográfico pôde fascinar o público, atraindo-o para as salas de exibição, incitando o consumo de bens utilizados pelas estrelas e despertando o desejo de ter ou ser aquelas pessoas representadas em cena.

De acordo com George Vigarello na sedução do universo cinematográfico, a presença física e a beleza são os importantes fatores de atração. “O cinema jogou com os corpos, a luz, a tela, os sentidos do espectador, levando longe as expectativas e os desejos do tempo” (2006, p.158). Assim, além do filme em si, o rosto e corpo da estrela também se tornam espetáculo. Portanto, o autor cita como o cinema criou e difundiu palavras relacionadas à sedução, que são constantemente utilizadas pelos suportes midiáticos cinematográficos. Com significados incertos, estes termos acabaram se confundindo e por fim indicam uma presença etérea, relacionada à fotogenia da estrela. Porém, é necessário ressaltar que a fotogenia por si só denota uma presença singular de uma atriz diante das câmeras, ou seja, somente as verdadeiras estrelas carregariam maior poder de fascinação ao serem fotografadas ou filmadas.

O primeiro termo difundido pelo cinema consiste no *glamour*, já destrinchado no capítulo anterior. Considerado por Carol Dyhouse (2010) uma linguagem visual da sedução, para George Vigarello (2006) a palavra indicava uma qualidade mais misteriosa, mistura de luz, densidade e presença. Já Margarida Maria Adamatti (2008) a define como uma conotação de sofisticação, luxo, elegância e charme. Aquela dotada de *glamour* possuiria uma qualidade especial de causar fascinação, deslumbramento e encantamento através de beleza física, prestígio e sucesso. Enquanto isso, o *it* de uma estrela, o segundo termo popularizado pelo cinema, é definido como “algo a mais”, algo

que seria particular aos astros cinematográficos, e o *sex appeal*, terceiro termo, indica atração e magnetismo (VIGARELLO, 2006).

Deste modo, podemos inferir como estas características que sempre aparecem como qualidades essenciais a uma estrela de cinema, apesar de definições diferentes, apontam para o mesmo objetivo de fascinar e suscitar alguma espécie de desejo no espectador. A partir destas colocações, como no capítulo anterior analisamos a construção de Tônia enquanto estrela de cinema pautada em preceitos de *glamour*, este capítulo é destinado a observar a atriz sob a ótica do erotismo.

Para a análise da sedução nas fotografias de Tônia Carrero, é preciso primeiramente entender melhor alguns conceitos relacionados a sedução, corpo e aparência. Gilles Lipovetsky (1997) pontua que para as mulheres, a sedução se baseia na aparência e nas estratégias postas no valor estético, enquanto para os homens existiam outros modos de sedução, como a posição social, o poder aquisitivo, o prestígio e até mesmo o humor. Portanto, enquanto para as mulheres a beleza consistia em um valor sedutor essencial, para os homens era facultativo. Deste modo, as qualidades físicas femininas eram mais valorizadas que as espirituais. Segundo Daniela Calanca isto se justifica através de uma reflexão iluminista que levou à construção social de que o instinto sexual prevalece nas mulheres:

A sexualidade as rende naturalmente “escravas” a ponto de nutrir em desejos ilimitados, devoradores e devastadores. Uma verdadeira ameaça para os homens que, para poderem ficar tranquilos, têm de trancá-las à chave. Mas por sorte, a natureza previu os meios para deter os excessos femininos. Dotou as mulheres da vergonha, do pudor, daquele comedimento modesto que se baseia na consciência das próprias imperfeições e mitiga os excessos. A função do pudor, porém, não é apenas a de regular os furores femininos, mas permitir também às próprias mulheres que dominem os homens de modo sutil, delicado. Em todo o caso, o problema é e continua sendo a mulher: é a lei na natureza que decreta tal situação. De fato, o homem por natureza, não tem necessidade de prazer, lhe basta “ser”. A mulher, ao contrário, por causa de sua natureza, é cativada pelo ornamento desde o nascimento: desde menina já é “vaidosa”. (...) Em resumo, a beleza é um privilégio que pertence às mulheres, mas, apesar disso, elas são desprovidas de raciocínio, têm uma faculdade intelectual inferior. Não podem pertencer à dimensão da genialidade devido a um princípio psicológico perfeitamente “natural”: a mulher é o ser da paixão, da imaginação e não o ser do conceito (2011, p.96).

Esta associação da vocação da mulher ao amor e à beleza criada no século XVIII continuaria sendo difundida no século XX pela cultura de massas (LIPOVETSKY, 1997). Assim, um rosto, um corpo e um vestido bonitos permaneceriam sendo

estratégias femininas para seduzir. De tal modo, Joanne Entwistle (2002) completa ao dizer que a cultura ocidental infunde muito significado sexual ao corpo das mulheres e, portanto, estas são conscientes do poder da indumentária como aliada sexual que pode ressaltar o seu atrativo, reforçando o que foi dito por Daniela Calanca (2011), que esta relação não é resultado de uma identidade natural da feminilidade, e sim de uma série de associações culturais que tendem a enxergar a mulher mais próxima da sexualidade do que os homens.

É pertinente acrescentar o estudo de John Berger (1972) sobre as representações femininas nas produções artísticas clássicas e na publicidade a este trabalho. De acordo com o autor, a mulher apresenta uma aparência social diferente do homem, uma vez que a presença masculina pertence ao campo da ação, ou seja, sugere o que o homem pode fazer por nós ou para nós, enquanto a presença feminina se manifesta na aparência, através de gestos, roupas, voz e ambientes que frequenta:

Os homens agem e as mulheres aparecem. Os homens olham para as mulheres. As mulheres veem-se a serem vistas. Isto determina não só a maioria das relações entre homens e mulheres como também as relações das mulheres consigo próprias. O vigilante da mulher dentro de si própria é masculino: a vigiada, feminina. Assim, a mulher transforma-se a si própria em objeto – e muito especialmente num objeto visual: uma visão (BERGER, 1972, p.51).

O autor também indica que a mulher está sempre acompanhada da imagem que tem de si, e, portanto, está em constante vigilância. “Tem que vigiar tudo o que faz, pois a sua aparência, e em primeiro lugar, a sua aparência perante os homens, é de importância decisiva para o que poderá ser geralmente considerado o seu êxito na vida” (BERGER, 1972, p.50).

Podemos observar que Tônia Carrero tinha sua imagem trabalhada de forma a valorizar seu erotismo e *sex appeal* para atraírem o olhar dos espectadores, não só masculinos, mas também femininos. Isto é explicado por Diana Fuss (2002), que expõe que as fotografias de moda e as cinematográficas operam com um mecanismo cultural de produção de uma imagem feminina que almeja ser desejada pelos homens, o que ela descreve como a mulher heterossexual ideal.

Deste modo, estas imagens difundem uma estrutura aprovada socialmente em que a mulher é encorajada a “consumir de maneira *voyeurística* (...) imagens de outras mulheres, frequentemente representadas em poses sexualmente provocativas” ou

exibicionistas (FUSS, 2002, p.229). Ou seja, há o desejo de ser sensual como aquela mulher representada na imagem, e não tê-la.

A partir destas colocações, analisaremos as fotografias de Tônia Carrero nos periódicos aqui estudados a fim de compreender a construção imagética da atriz no que se refere a uma imagem de sensualidade e *sex-appeal*. Para isto, recorreremos ao método utilizado por Maria do Carmo Rainho (2014) em “Moda e Revolução nos anos 1960”. A autora através do cotejo de imagens publicadas entre o período de 1960 e 1969 no jornal *Correio da Manhã* pôde identificar transformações ocorridas na moda neste intervalo temporal, mudanças de gestual, elencando códigos utilizados nestas imagens, sintetizando assim o que era as fotografias de moda naquele momento.

Portanto, através do cotejo de imagens de Tônia Carrero entre os anos 1947 e 1955 nas revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda* iremos identificar os códigos utilizados em suas imagens com o objetivo de sintetizar a sensualidade representada pela atriz no estrelismo nacional.

3.1. O corpo em exposição e artifícios do erotismo

De acordo com Margarida Maria Adamatti (2008, p.161) há um antagonismo entre o discurso da imagem e do texto no que se refere as publicações acerca dos astros cinematográficos. “Em geral, a erotização do corpo da estrela é negada textualmente, ressaltando atributos de dona de casa, ou de bondade extrema. Se a imagem costumeiramente traz a estrela como um ícone sexual, o texto deve abrandar esta imagem” (2008, p.161). Desta forma, a autora revela que a imagem é a base da representação da estrela, pois não importa se esta é bonita ou talentosa, é preciso parecer para o leitor que possui tais atributos.

Ao analisarmos as matérias publicadas sobre Tônia Carrero nas revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda* é possível constatar que de fato os textos não abarcam questões sobre as características físicas da estrela, ressaltando apenas algumas vezes sua beleza. No mais, as redações abrangem de forma mais geral sua carreira, deixando a cargo das imagens os indícios de *sex-appeal* da atriz.

Nas três imagens a seguir, **Figuras 14, 15 e 16**, podemos ver como as fotografias de Tônia Carrero também continham esta carga mais voltada para o erotismo. Publicadas na revista *Scena Muda* datada de 24 de maio de 1954, as três imagens não se

relacionam com a matéria que ilustram ou com os textos que a legendam. O foco do artigo está no talento da estrela e sua carreira, mas ao contrário do esperado, as fotos não dialogam com isto, mostrando a atriz nos palcos ou nas telas, e evidenciam o seu corpo em traje de banho. Deste modo, diferentemente das práticas comuns em reportagens ilustradas, texto e imagens são desconexos, o que ocorre com frequência nas páginas do periódico em questão.

Figura 14: Tônia Carrero posa à beira de uma piscina em traje de banho. *Scena Muda*, 24 de maio de 1950, p.4.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 26 jan. 2018.

Podemos ver que nas três imagens Tônia Carrero posa a beira de uma piscina em um enquadramento que evidencia seu corpo. Sobre o cenário, não podemos afirmar, mas através de comparação com imagens da época, suspeitamos tratar-se do Hotel

Copacabana Palace, reconhecido por hospedar celebridades e sediar glamorosos eventos sociais desde sua inauguração em 1923 na orla da praia de Copacabana no Rio de Janeiro. Uma vez que não há informações sobre o local, é possível inferir que o foco da imagem é de fato a estrela em si. Assim, constatamos que não importa o cenário, e sim o apelo do físico do corpo da atriz.

Neste cenário, a atriz posa trajando um maiô, em poses variadas que evidenciam partes diferentes de seu corpo, de uma forma sutil, ou seja, não reveladora. Nas três imagens, é o corpo que ocupa o maior espaço do enquadramento. Ora sentada com as pernas para a lateral, em pose de sereia, enquanto olha para o lado, deixando as pernas à mostra ressaltando as coxas, cintura e quadril, ora de costas para o espectador, onde mais um vez o quadril e a cintura protagonizam a imagem, e ora deitada em direção à câmera, deixando os ombros e o busto em primeiro plano. Ou seja, neste conjunto de fotografia, não é Tônia Carrero enquanto atriz a personagem principal, e sim seus atributos físicos corporais, que embora não sejam mostrados de forma explícita, sugerem uma sensualidade.

Figura 15: Tônia Carrero à beira mar *Scena Muda*, 24 de maio de 1950, p.6.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 26 jan. 2018.

Sobre a exposição do corpo da estrela, Margarida Maria Adamatti (2008, p.149) pontua que “a estrela é um ícone sexual, seu corpo existe para ser visto”. Jackie Stacey (1994) destaca que na chamada sociedade do espetáculo, o corpo da mulher é o espetáculo sexual definitivo para o prazer o olhar masculino¹⁸.

¹⁸ A Sociedade do Espetáculo é um termo cunhado por Guy Debord (2003) em caráter crítico ao capitalismo e ao consumo na cultura de massas. Para ele, a sociedade vivia uma profusão de imagens,

Priscilla Kelly Figueiredo (2007), em sua análise de fotografias que abordam o corpo em revistas de fãs brasileiras, observa como estas imagens eram, ao lado dos filmes em si, vitrines, e seu maior produto consistia no corpo dos astros. Assim, as imagens veiculadas pelos aparatos cinematográficos e seus suportes midiáticos, visavam uma produção de sentidos criada para o desejo, ditando práticas modernas relacionadas ao consumo e ao corpo. O estudo de Heather Addison (2003) é complementar ao narrar que o cinema foi um dos principais responsáveis por mercantilizar a atratividade física. Por ser um meio visual em movimento, o cinema chamou muita atenção para o corpo, disseminando, assim, padrões de aparência em larga escala.

Como suas imagens eram reproduzidas milhares de vezes para milhares de fãs, estrelas cinematográficas se tornaram, figuras públicas de quem o sucesso, apesar dos predicados de atuação, pareciam depender extensivamente da aparência. De fato, rituais de cuidado físico das estrelas rapidamente se tornaram partes indispensáveis de suas tarefas profissionais (ADDISON, 2003, p.69).

Portanto, a mesma autora relata que o universo cinematográfico era mais que um local de produção, mas também onde as estrelas exibiam seus corpos e seu estilo de vida glamoroso. Assim, as estrelas posam com lingerie, maiôs ou com o corpo parcialmente coberto por tecidos, num jogo de mostra e esconde. Joanne Entwistle (2002) pontua como o corpo vestido muitas vezes possui maior carga erótica que a nudez. Os adornos adicionam conotações sexuais aos indivíduos que antes estariam ausentes, uma vez que as roupas incorporam mistério aos corpos, deixando-o mais provocativo, e a partir do momento em que a imaginação é um componente da sexualidade, as vestes, ao manterem o corpo oculto, podem estimular a fantasia e consequentemente o desejo sexual.

Ao estudar as associações entre o erotismo e os elementos do vestuário brasileiro, Débora Krischke Leitão constata que não é a nudez absoluta que provoca o erotismo, e sim o desnudamento proporcionado por determinadas peças de roupa, como o maiô, uma vez que este “sublinha e aponta os lugares que devem brotar o desejo. Encobrendo, deixa o corpo descoberto, sugestiona, dirige e diz onde o olhar e o desejo devem focar” (2011, p.66). Assim, a eroticidade provém deste jogo sugestivo entre o nu e o vestido, entre o mostrar e o esconder. “Revelando e ao mesmo tempo revelando, o biquíni pode ser mais sedutor do que o topless, porque nele reside ainda a ideia do

onde era mais fácil ver e verificar a realidade através de imagens e mensagens do que da própria realidade. Deste modo, tudo que antes era vivido diretamente se tornou representação.

segredo, do que existe e se faz sabe, mas não revela por completo. E, nesse jogo suscita o desejo de ver mais” (2011, p.67).

Portanto, ao observarmos estas fotografias de Tônia Carrero, podemos notar como esta sensualidade sugestiva se faz presente. Apesar de atriz aparecer de maiô e posando de corpo inteiro, a nudez não está construída de forma explícita, há apenas um indício. A angulação, o gestual e os trajes da ajudam a direcionar o olhar do expectador para o corpo da estrela, dotando-o de uma sensualidade não visível, que é apenas sugerida ao observador.

Figura 16: Tônia Carrero em traje de banho. *Scena Muda*, 24 de maio de 1950, p.5

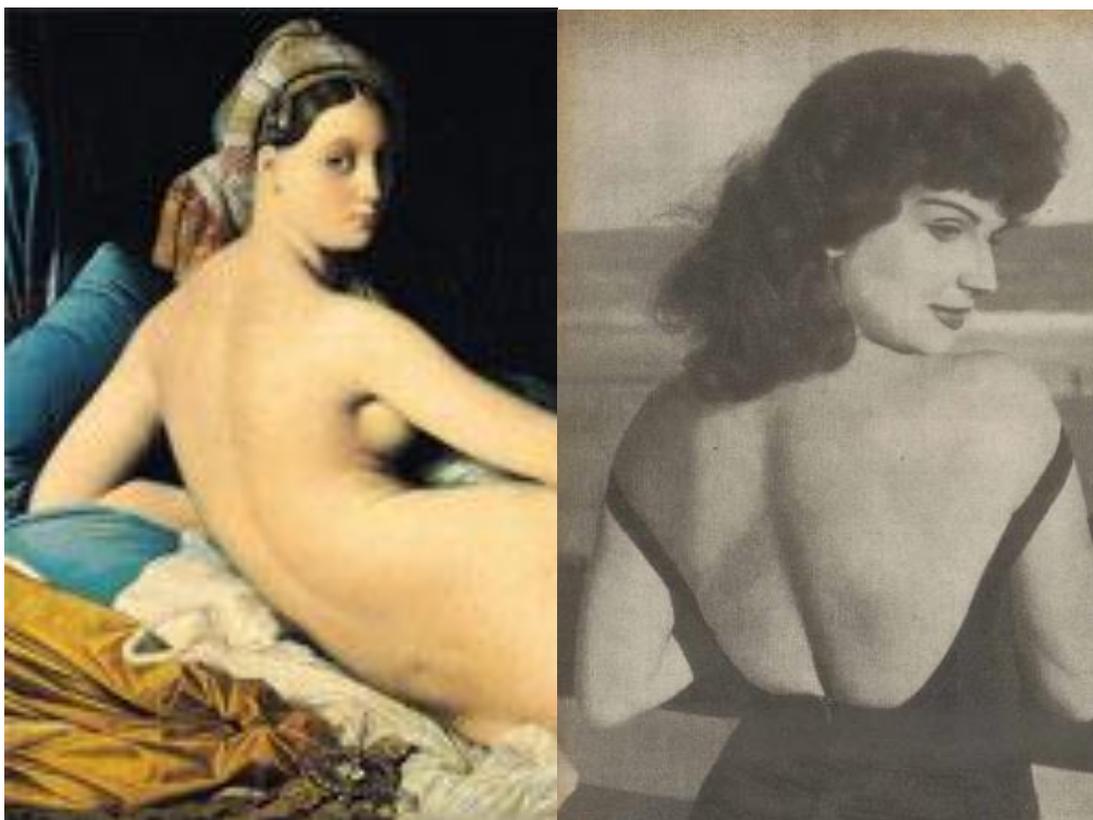


Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 26 jan. 2018.

Maria Alice Ximenes (2011) constata, em seu trabalho sobre como o corpo feminino biológico é moldado culturalmente através da arte e da moda, que através da análise de pinturas onde mulheres são retratadas é possível inferir convenções pelas quais as mulheres têm sido olhadas e julgadas esteticamente. De acordo com a autora, há uma propensão em apresentar o corpo feminino de costas para o observador, dando ênfase nas nádegas e no quadril.

Também é importante evocar John Berger (1972) e seu estudo sobre o nu e a nudez na representação artística das mulheres. Conforme o autor, a mulher sabe, enquanto objeto do olhar, que é observada e por isto devolve o olhar. Porém, ele ressalta que isto não é uma expressão da sexualidade feminina, e tem haver somente com o expectador, pois a mulher retratada deseja agradá-lo, correspondendo seu olhar e lhe oferecendo, assim, o seu corpo e a sua feminilidade. Em seu texto, John Berger utiliza como exemplo o quadro *A grande Odalisca* (1814) de Ingres (1780-1867), para demonstrar como a pose de mulheres como objeto de contemplação para o observador enquanto o fita de volta é uma convenção na representação feminina na história da arte. É possível comparar a fotografia de Tônia Carrero com a obra de Ingres citada pelo autor, conforme mostra a **Figura 17**. Assim como a mulher retratada na pintura, a atriz é fotografada de costas, exibindo seu corpo, de uma forma em que vira o rosto em uma pose não natural de forma a encarar diretamente o seu espectador.

Figura 17: Comparação entre pose de quadro *A Grande Odalisca* (1814) de Ingres (1780-1867) e Tônia Carrero em fotografia para a revista *Scena Muda* (1950).



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 26 jan. 2018.

Já na **Figura 16** é importante destacar o detalhe da alça do maiô levemente caído, de forma a parecer um descuido acidental. O efeito atrai o olhar do observador para seus ombros e decote, através de uma insinuação de revelar o corpo, sem de fato o desvelar. Novamente trata-se de uma pose de sensualidade sutil, em que há uma erotização contida onde o corpo da estrela não aparece de forma explícita, e sim de forma sugerida. Também é pertinente falar sobre o olhar de Tônia Carrero nesta imagem. A atriz olha de forma provocativa para o horizonte, como se seduzisse alguém. Apesar de não fixar diretamente o espectador, este olhar da estrela pode brincar com o seu imaginário, levando-o a se colocar dentro da imagem juntamente com Tônia, como se fosse o seu alvo de sedução. Carol Dyhouse (2010) ressalta como a atitude era, além da indumentária, uma forma de reafirmar glamour e confiança sexual. Portanto, não bastava apenas trajar determinadas peças de roupas ou acessórios, era preciso incorporar o *sex appeal* nas poses fotografadas.

Fotografias onde Tônia é fotografada de forma semelhante, com os ombros e o colo à mostra são constantes nas representações de Tônia Carrero na mídia. Nas **Figuras 18 e 19** podemos ver mais uma vez esta composição.

Na primeira fotografia, retirada da matéria “Os exteriores de Caminhos do Sul”, publicada em 11 de janeiro de 1949 na revista *Scena Muda*, podemos ver Tônia Carrero em *close-up*. A intérprete aparece trajando uma peça de roupa estampada, que não sabemos tratar-se de uma blusa ou um vestido, cabelos bem penteados, levemente maquiada, brincos de argola e um colar que juntamente com o decote valoriza seu busto. Já na imagem seguinte, extraída do mesmo veículo, porém datada de 20 de janeiro de 1953, a atriz aparece com o colo ainda mais desnudo, pois é possível ver o vão entre os seios.

Figura 18: Tônia Carrero nos bastidores de *Caminhos do Sul* (1949), filme do diretor Fernando de Barros. *Scena Muda*, 11 de janeiro de 1949, p.6.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 25 jan. 2018.

Figura 19: Tônia ilustra a coluna “Teatro-música”. *Scena Muda*, 20 de janeiro de 1954, p. 33.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 27 jan. 2018.

De acordo com Marilyn Yalom (1997), foi a partir do Renascimento que os seios começaram a ganhar conotação sexual na arte, uma vez que possuía uma conotação maternal, e os decotes desde então passaram a fazer parte do simbolismo de sedução e feminilidade. A autora narra que é devido a esta associação entre os seios e a maternidade e a feminilidade que nos anos 1920 as mulheres, ao conquistarem novas liberdades, negaram os seios achatando-os. Portanto, o inverso ocorreu na década de 1950. No momento em que Carla Bassanezi Pinsky (2014) afirma haver uma

valorização do papel de esposa e mãe, há uma valorização dos seios, através de sutiãs e decotes.

Além do decote, que nesta imagem é mais profundo, deixando visível a fenda entre seus seios, a **Figura 19** chama atenção para a forma como Tônia Carrero toca os cabelos enquanto olha para seu espectador. Podemos sinalizar isto com um gestual de sensualidade, pois conforme Michelle Perrot, os cabelos femininos condensam a sedução da mulher por estar “duplamente colado ao íntimo: por sua penetração interna, por sua proximidade com o sexo”, deste modo estes “são a mulher, a carne, a feminilidade, a tentação, a sedução, o pecado” (2015, p.51-55).

O gestual de tocar os cabelos também aparece na **Figura 20**, onde Tônia Carrero é fotografada em uma ambiente interno, a intérprete é exibida bem iluminada, e o traje escuro que usa, juntamente dos cabelos, ajudam a destacar o seu rosto. Extraída da matéria “O cinema nacional apresenta sua nova descoberta: Tônia Carrero” publicada revista *Scena Muda* em 22 de abril de 1947, o artigo é destinada a apresentar a nova estrela ao público leitor.

Figura 20: Tônia Carrero posa com as mãos nos cabelos. *Scena Muda*, 22 de abril de 1947, p. 6.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/>>
Acesso em: 25 jan. 2018.

A partir das análises acima, podemos notar como o colo desnudo e o toque nos cabelos e o olhar de Tônia Carrero para o observador são elementos recorrentes em uma representação da atriz pautada em erotismo sutil, denominado por Margarida Maria Adamatti (2008) como erotização via *glamour*. Ao colocarmos as imagens lado a lado, conforme exemplificado na **Figura 21**, se torna evidente como suas fotografias são compostas de elementos comuns que sugerem um erotismo contido, onde a atriz guia, através de seu gestual aliado ao enquadramento da câmera, o olhar de seu espectador de forma a seduzi-lo.

Figura 21: Gestual comparativo de Tônia Carrero evidenciando como o ombro, o decote contido, o olhar e o toque no cabelo são elementos constantes em suas fotografias publicadas nas revistas *Scena Muda* e *O Cruzeiro*.



Porém, além das representações de feminilidade e sensualidade acima, é possível encontrar um imagem em que Tônia Carrero inverte os papéis de sedução masculinos e femininos, como podemos observar na **Figura 22**.

Figura 22: Tônia Carrero e Arturo de Córdova em cena de “*Mãos Sangrentas*”. *O Cruzeiro*, 25 de dezembro de 1954, p.57.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>
Acesso em: 27 jan. 2018.

Na fotografia publicada em 25 de dezembro de 1954 da revista *O Cruzeiro* podemos ver Tônia Carrero e Arturo de Córdova (1908-1973) contracenando no filme “*Mãos Sangrentas*” de Hugo Christensen (1914-1999). Tônia, que interpreta uma prostituta, e Arturo aparecem em uma cena de conotação sexual. Ambos se olham diretamente nos olhos um do outro, em um momento que podemos supor ser antecedente a um beijo, enquanto a intérprete segura os cabelos de seu par. Como a atriz se encontra em altura mais elevada que o astro, supomos tratar-se de uma cena em que ela se encontra sentada sobre o colo do ator.

É possível inferir nesta fotografia que Tônia não apenas seduz seu parceiro, mas o domina pelos cabelos. Conforme Rozsika Parker e Griselda Pollock (2013) é mais

comum encontrar um tipo de representação onde a mulher é dominada pelo homem. Segundo os autores, isto é um reflexo da forma que o homem vê a mulher, pois juntamente com a propagação dos nus femininos a partir do Renascimento, difundiu-se pinturas onde as mulheres são retratadas dormindo ou inconsciente, transmitindo uma imagem de subordinação. Porém, esta fotografia sugere o contrário, temos o homem em uma posição de subordinação em relação à dominação feminina.

De acordo com Maria Margarida Adamatti (2008), eram comuns fotografia que expressassem a iminência do beijo. A autora pontua que as fotos são congeladas na menção de acontecer para deixar o leitor na expectativa da concretização daquele momento. Collin Campbell aponta que isto é uma herança do Romantismo e da forma como este modificou o consumo e o prazer. Segundo o autor, a partir desta transformação, os indivíduos utilizam a imaginação para construir imagens mentais capazes de lhes proporcionar prazer:

O hedonismo moderno apresenta todos os indivíduos com a possibilidade de ser seu próprio déspota, exercendo total controle sobre os estímulos que experimentam e, conseqüentemente, sobre o prazer que obtém. Ao contrário do hedonismo tradicional, todavia, isso não é alcançado unicamente, ou mesmo principalmente, mediante a manipulação dos objetos e acontecimentos do mundo, mas mediante um grau de controle do seu significado. Além disso, o hedonista moderno possui o poder muito especial de evocar estímulos na ausência de quaisquer sensações anteriormente geradas. Esse controle é através do poder da imaginação (CAMPBELL, 2001, p.91).

Portanto, a partir destas observações, podemos inferir que há uma representação de Tônia Carrero pautada em *sex appeal*, que através de uma sedução construída de forma sutil e contida, brinca com a imaginação do observador. Deste modo, o espectador cria o que William J. T. Mitchell (2009) chama de imagens imateriais, ou seja, imagens que surgem como sonhos ou fantasias enquanto vê uma imagem da estrela onde seus quadris ou colo aparem em evidência.

3.2. Aproximações entre as representações de Tônia Carrero e as *Pin-ups*

Além dos padrões de representação citados no tópico anterior, foi possível observar em Tônia Carrero outro modelo de imagem pautado em sedução. Trata-se de fotografias inspiradas nas *pin-ups*.

As *pin-ups* eram imagens femininas que retratavam o corpo inteiro, trajando roupas sensuais, em poses sugestivas que mesclam sensualidade e ingenuidade. Priscilla Afonso de Carvalho e Maria Irene Pellegrino de Oliveira Souza (2010) narram que a história das *pin-ups* remete ao século XIX, através das ilustrações de Jules Charét (1836-1932) na Europa:

Em uma época em que a sociedade ainda estava centrada no recato da imagem feminina, esse artista criou as primeiras imagens da mulher em poses sensuais para pôsteres. Suas imagens, aliadas aos recursos da impressão litográfica, evoluíram e lhes renderam muitos cartazes criados para cabarés, teatros e agências comerciais (CARVALHO; SOUZA, 2010, p.122).

As autoras também afirmam que através da junção entre uma beleza ingênua e sedutora, estas imagens contribuíram para o rompimento do tradicionalismo da época quanto à sexualidade feminina. O trabalho de Charét influenciou artistas até o século XX, como Alberto Vargas (1896- 1982) e George Petty (1894-1975), quando as ilustrações começaram a se popularizar e se tornaram, assim, um dos primeiros apelos da cultura de massa.

De acordo com Joviana Marques, as *pin-ups* foram incorporadas à revista norte-americana *Esquire* (1933) – publicação voltada para o público masculino – de forma a reforçar a imagem do homem viril e dominador. Deste modo, o periódico “tentava deixar claro através de uma espécie de olhar voyeurístico (...) que a mulher era, indubitavelmente, o objeto natural do desejo de seus leitores” (2016, p.90). Priscilla Afonso de Carvalho e Maria Irene Pellegrino de Oliveira Souza (2010) destacam que a principal característica destas figuras era incitar o imaginário do espectador, principalmente o masculino, mas que não deixavam de servir como modelo estético para o público feminino.

Sobre a figura feminina nas imagens de *pin-ups*, Charles Martignette (2002, p.32) as define como:

Uma imagem *pin-up* é aquela que mostra uma vista de corpo inteiro e caracteristicamente tem um elemento temático ou algum tipo de história. A mulher em uma ilustração *pin-up* geralmente veste uma roupa que revela suas formas, que pode ser tanto usada em público, como maiô ou um vestido apertado, quanto uma mais íntima e provocativa, como uma lingerie (tradução nossa).

Além disso, o autor destaca que as *pin-ups* se caracterizam por poses e trejeitos exagerados, onde pernas e quadris são evidenciados. Porém, trata-se de uma

sensualidade comedida, onde há a junção de poses sensuais com um ar de inocência. Deste modo, Priscilla Afonso de Carvalho e Maria Irene Pellegrino de Oliveira Souza (2010) salientam que as *pin-ups* fazem um jogo de desejo e dominação entre si e o observador.

Embora as *pin-ups* tenham nascido nas ilustrações, André Bazin (2018) destaca que o universo cinematográfico adotou sua mitologia e logo as estrelas começaram a se aparecer com mulheres representadas por Vargas ou Petty. Gilles Lipovetsky (1997) reitera como o cinema adotou as *pin-ups* como representações estéticas das *good-bad girls* na década de 1950. As produções fílmicas se esmeravam para ressaltar os atributos físicos das atrizes, enquanto o enredo ajudava na construção de personagens boas, aliando este padrão de feminilidade à sedução e ao coração tenro (DE CARLI, 2007).

Assim, Gilles Lipovetsky reforça como as *pin-ups* foram importantes representações neste período no que se refere a imagens de sexualidade e beleza. Para o autor, essas mulheres são provocativas, mas não perversas ou devoradoras de homens. “Delgadas, saudáveis, sorridentes, a *pin-up* não possui nada de diabólico, ela parece mais uma boneca sexual muda do que uma mantis religiosa. Pela primeira vez o *sex-appeal* se conjuga com o bom humor” (1997, p.174). Desta maneira, o referencial de feminilidade dos anos 1950 pode ser associado a uma sensualidade moderna, lúdica e despreocupada. Porém, Lipovetsky destaca que a *pin-up* segue duas lógicas concomitantemente, uma moderna e uma tradicional, onde permanecem traços típicos de uma feminilidade marcada pela expectativa clássica masculina em torno do corpo feminino:

quadris volumosos, nádegas redondas, poses provocativas, hipererotização do olhar e da boca. Por mais moderna que ela seja, a *pin-up* permanece [...] um objeto sexual construído ostensivamente em função dos desejos e fantasias masculinos. Assim, a *pin-up* se dá através da formação do compromisso de duas lógicas. De um lado, uma lógica moderna, que se concretiza na estética do corpo fino, pernas longas, o *keep smiling*, um *sex appeal* lúdico e sem dramatização. Do outro lado, uma lógica de essência tradicional, recompondo a “mulher objeto” definida pelos encantos erotizados em excesso (2004, p. 175).

A partir destas contextualizações, podemos ver imagens de Tônia Carrero onde estas características estão presentes. Na **Figura 23** publicada na revista *Scena Muda* em 23 de junho de 1954 é possível observar a atriz em uma cena do filme *É Proibido Beijar* (1954), em que Tônia interpreta uma moça fingindo se passar por uma estrela hollywoodiana chamada June Lindsay. Na fotografia, a atriz fala ao telefone enquanto

está sentada sobre as próprias pernas com o tronco inclinado para frente. Além disso, ela aparece trajando uma roupa curta e justa.

Figura 23: Tônia Carrero em cena de *É Proibido Beijar* (1954) de Ugo Lombardi. *Scena Muda*, 23 de junho de 1954, p.24.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br>>
Acesso em: 29 jan. 2018.

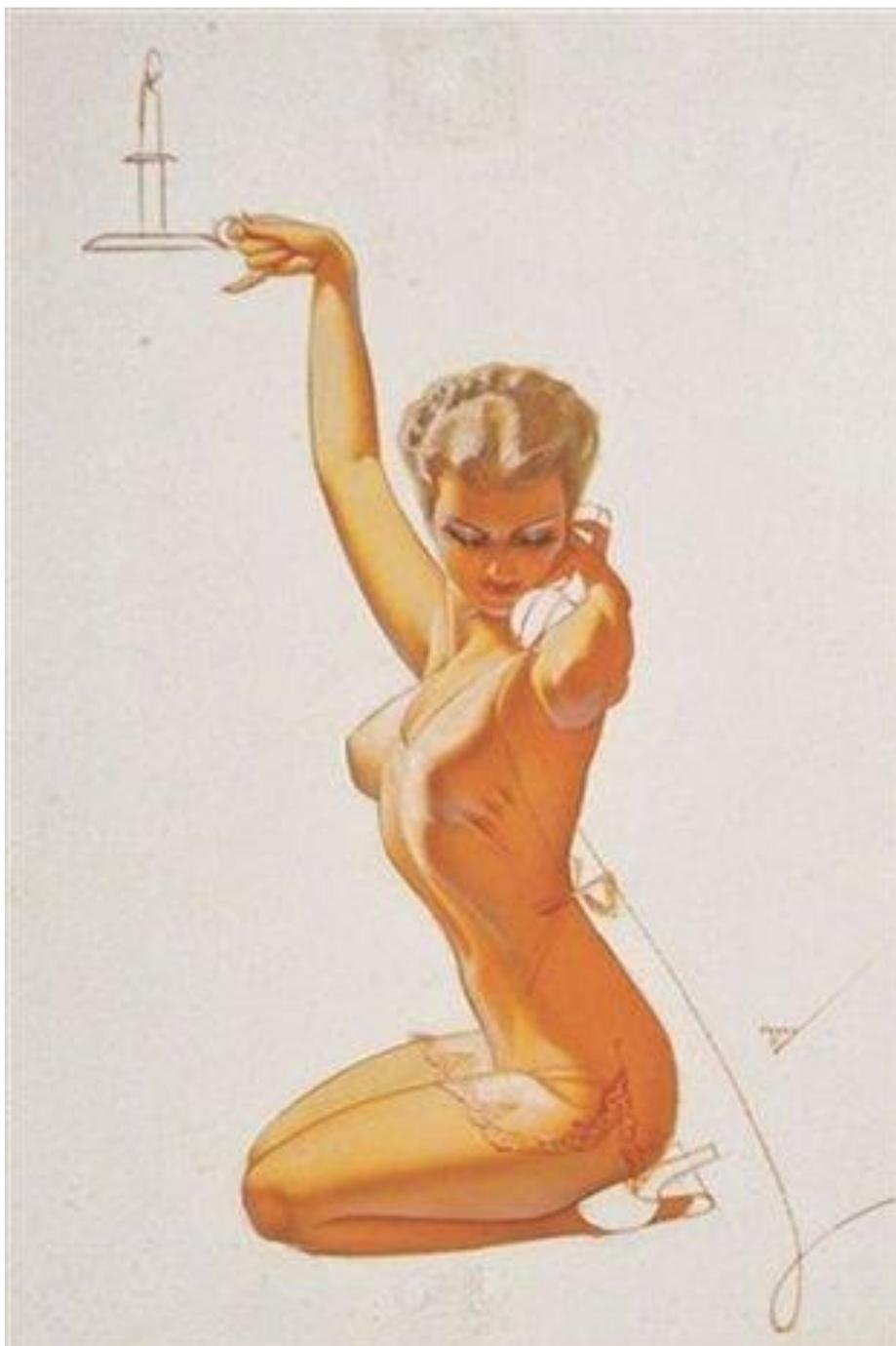
A pose de Tônia ao telefonar é recorrente nestas imagens e o próprio objeto era constantemente retratado. Segundo Joviana Marques o telefone era uma forma de ativar a imaginação do espectador, que imaginaria estar interagindo com a garota retratada através do objeto.

A inclusão do homem real, que consumia as imagens *pin-up*, na cena desenhada foi potencializada pela inclusão, bastante popular, de um objeto nas cenas: o telefone. Apesar de já ter aparecido anteriormente em representações femininas ilustradas, é com George Petty que esse

elemento ganha maior uso e visibilidade, se tornando um agente bem popular (2016, p.99).

Estas observações sobre a aproximação da imagem com as *pin-ups* se tornam evidente se compararmos esta fotografia com a **Figura 22**.

Figura 24: *Pin-up* de George Petty (1874-1985) ajoelhada enquanto fala ao telefone e segura uma vela publicada na revista *Esquire* em 1938.



Disponível em: <http://www.artnet.com/artists/george-petty/kneeling-woman-with-candle-illus-for-esquire-YmBOgjSdcSh4O2lg21ZrPQ2>. Acesso em 02 de maio de 2018.

Assim, como a *pin-up* ilustrada por George Petty (1874-1985), Tônia apresenta uma postura empinada em que, através da roupa justa e curta, deixa as pernas em evidência. Ela está sentada sobre as pernas, de uma forma que ajuda a torneá-las. Apesar de comum, trata-se de uma pose não confortável. Sentar-se dessa forma sob as pernas não é uma forma utilizada naturalmente para se conversar ao telefone, além de ser exaustiva após determinado período de tempo. A postura do tronco extremamente empinado é desconfortável ao corpo, pois está além do quão ereta é a postura da coluna normalmente. Além disso, ambas se aproximam do fone do telefone, mesmo que seu fio ainda tenha extensão, o que nos sugere uma ânsia de escutar o que seu interlocutor tem a dizer, incitando esta interação imaginária, ao mesmo tempo em que compartilham um momento de intimidade com seu *voyeur*.

De acordo com André Bazin (2018) é perceptível que o erotismo no cinema se deslocou ao longo dos anos das pernas para os seios, e isto pode ser notado através das *pin-ups*. Porém, não é o que fica evidente ao observarmos estas fotografias de Tônia Carrero. Na imagem anterior as coxas da atriz são valorizadas, e nas representações seguintes, veremos como suas pernas são as partes do corpo realçadas nas fotografias.

Veiculada na coluna “Cinema Nacional em Foco” (SCENA MUDA, 21 de julho de 1954, p. 18), a **Figura 25** ilustra uma nota sobre o descanso da intérprete com o fim da Companhia Cinematográfica Vera Cruz:

TÔNIA DESCANSA – Como a maioria das “estrêlas” nacionais, Tônia Carrero, no momento, está descansando dos filmes, agora que a Vera Cruz parece ter entrado em férias definitivas e não há o menor indício de que voltará breve à atividade. Tônia ia fazer – antes do estouro – um filme que deveria ser o maior da companhia de São Bernardo do Campo, ou seja, “Ana Terra”, extraído do livro de Érico Veríssimo. Foi apenas um sonho...

Na fotografia podemos ver Tônia Carrero sentada em uma cadeira, com a perna mais próxima da câmera dobrada. Conforme Margarida Maria Adamatti (2008), era comum a representação de estrelas hollywoodianas sentadas em cadeiras vestidas com shorts curtos. A forma como a intérprete é fotografada, com uma das pernas sobre a cadeira, destaca suas pernas e quadris, direcionando o olhar do espectador. Além disso, na fotografia em questão, a posição da atriz somada ao traje curto quase mostra um pedaço de suas nádegas.

Figura 25: Tônia Carrero posa sentada com pernas em evidência. *Scena Muda*, 21 de julho de 1954, p.18



TÔNIA DESCANSA — Como a maioria das «estrelas» nacionais, também Tônia Carrero, no momento, está descansando dos filmes, agora que a Vera Cruz parece ter entrado em férias definitivas e não há o menor indício de que voltará breve à atividade. Tônia ia fazer — a es do estouro — um filme que deveria ser o maior da companhia de São Bernardo do Campo, ou seja «Ana Terra», extraído do livro de Érico Veríssimo. Foi apenas um sonho...

Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br>>
Acesso em: 01 fev. 2018.

Se observarmos imagens de *pin-ups*, veremos que poses onde as personagens são ilustradas sentadas com uma perna posicionada acima da outra são comuns, como demonstra a **Figura 26**. Nestas poses, é recorrente que junto da posição da perna, a garota use roupas curtas, como trajes de banho ou shorts, ou levante inocentemente a saia ou vestido, mostrando a coxa e um vislumbre de suas nádegas. Neste contexto, tanto Tônia Carrero quanto a *pin-up* posam com o pé sobre o local onde sentam, o que ressalta ainda mais a perna em evidência. Porém, no caso da ilustração de Vargas (1896-1982) pode-se notar uma postura mais tímida, pois seu braço está colocado a frente de seu corpo, enquanto vira o rosto de forma a não encarar o observador. Já Tônia posiciona seu braço de forma a revelar seu corpo. A forma como a atriz segura a cadeira, deixa a forma de seus seios aparente

Entretanto, embora seja uma pose dotada de erotismo, a estrela posa olhando para o horizonte, de forma natural, como se a sedução fosse algo intrínseco a ela. Assim, como é frequente nas imagens de *pin-ups*, nesta fotografia há apenas uma sugestão da sensualidade, em que Tônia não é fotografada de fato nua, mas com peças e gestual que atraem o olhar para suas pernas e quadril.

Figura 26: *Pin-up* ilustrada em pose sentada com perna em destaque de Alberto Vargas (1896-1982)



Disponível em: <http://custoeditora.com.br/wp-content/uploads/2015/10/pinup-1.jpg>.

Acesso em: 02 de maio de 2018.

Na revista *O Cruzeiro* (26 de fevereiro de 1955, p.16) também encontramos registro de Tônia Carrero semelhantes às *pin-ups*. Segundo as legendas, a **Figura 27** foi realizada por Flavio Damm (1928 -) em Punta Del Este. Na imagem Tônia Carrero aparece em um enquadramento que contempla seu corpo inteiro. A atriz está encostada na parede de tijolos do que possivelmente trata-se de uma casa. Ela segura um puçá e posa com a perna esquerda levemente dobrada¹⁹. Além disso, a atriz é fotografada com os cabelos penteados e trajando um macaquinho com a cintura marcada.

Figura 27: Tônia Carrero posa segurando um puçá, instrumento usado para caçar insetos. *Scena Muda*, 26 de fevereiro de 1955, p.16.



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: < <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>
Acesso em: 02 fev. 2018.

¹⁹ Instrumento utilizado para a captura de insetos.

Mais uma vez podemos ver como a pose de Tônia Carrero é construída de forma a chamar atenção para suas pernas. Esta postura também ajuda a valorizar os quadris da intérprete, que já aparecem destacados devido à faixa que marca sua cintura. Antônio José Sagesse (2008) destaca que esta forma de posicionar as pernas é clássica da *leg art*, termo utilizado para identificar o imaginário que estava submetido ao Código Hays de Censura, que cerceava as imagens, determinando o que era permitido mostrar ou esconder.

Era uma prática comum ilustrar *pin-ups* em atividades de lazer como a pesca, a caça, consertos e reparos em objetos do lar ou na prática de esporte. Na maioria das vezes, elas seguram objetos fálicos, como martelos, varas ou armas. Grande parte destes cenários e situações são associados ao universo masculino, o que pode nos sugerir que é uma forma de substituir a figura masculina da imagem ou deixar estes ambientes com carga erótica. A **Figura 28** mostra um exemplo onde uma garota *pin-up*, assim como fotografia anterior, segura uma rede de caçar borboletas. Em ambas as imagens, é possível notar que o objeto não é um mero acessório, ele está colocado de forma a direcionar o olhar do espectador para determinadas parte do corpo ali representados. No caso da ilustração, o puçá é segurado de forma delicada sobre as pernas da *pin-up*, ajudando na composição de sensualidade onde suas alças caem pelos ombros ressaltando seu decote e mostrando as pernas reveladas pela saia presa no tronco, enquanto na fotografia de Tônia Carrero a rede de caçar borboletas é segurada de forma a estar apoiada em sua cintura marcada, fazendo com que o observador a partir dali acompanhe seu corpo posicionado de forma a valorizar as suas curvas.

Figura 28: *Pin-up* de Gil Elvgren (1914-1980) caçando borboletas, 1956.



Disponível em:

<https://i.pinimg.com/originals/05/ba/4d/05ba4d9656db7697a6978fa3e2631b3c.jpg>.

Acesso em: 02 de maio de 2018.

Deste modo, as *pin-ups* são ornadas com elementos que a tornam fetiches:

O observador passeia pelos elementos que compõem a imagem fotográfica, como as roupas justíssimas e decotadas, os ombros à mostra, a maquiagem que ora evidencia a boca, ora os olhos, as posturas empinadas, expressões faciais como, por exemplo, o sorriso malicioso, as bocas entreabertas, o movimento e a articulação do corpo ao mesmo tempo irreal e materialmente sensual. Todos estes pontos dão sentido à imagem fotográfica e convergem intencionalmente para a imagem da mulher erotizada, em uma atitude sexualmente evocativa dentro da temática fetichista (CARVALHO; SOUZA, 2010, p.121).

Portanto, através da construção imagética de Tônia Carrero, podemos ver a representação da estrela como uma síntese de *pin-up* e *glamour*. Através de poses que valorizam o corpo, vemos como a atriz é representada através de um erotismo sutil, em que os atributos sexuais secundários são explorados, num misto de sedução e ingenuidade. Desta forma, podemos depreender que estas fotografias publicadas nas revistas *Scena Muda* e *O Cruzeiro* podem ser uma forma de representar na imprensa, uma imagem de Tônia já vista nas telas de cinema, uma vez que a *pin-up* pode ser lida como uma espécie de *good-bad girl*. Além disso, também é possível inferir que estas imagens sejam uma forma de despertar desejo no consumidor de tais periódicos, tanto de leitores masculinos, quanto femininos, que podem utilizar a figura da estrela como objeto de contemplação e modelo de conduta no que se refere a um perfil de sensualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fim de compreender como a imprensa auxiliou a consagração de Tônia Carrero como estrela, examinamos o período de 1940 e 1950 em que a atriz emergia na mídia a partir de sua carreira iniciada no meio cinematográfico. Produto do estrelismo brasileiro, Tônia estampou páginas dos principais impressos do país, em matérias que visavam apresentá-la ao público, artigos que narravam sua trajetória, cobertura de eventos importantes na história da comunicação social do país e até publicidades de produtos para a pele.

O cinema hollywoodiano que, desde seu estabelecimento, já trabalhava com o poder de sedução das estrelas, trabalhava principalmente com a imagem feminina de forma a deixá-la cada vez mais atraente ao público, desenvolvendo tipos predominantes de representação. Da *vamp* a *good-bad girl*, Hollywood disseminou para seus espectadores mulheres que seriam, ao mesmo tempo, objetos de contemplação, identificação e consumo. Porém, não importa o tipo, para ser estrela, era preciso reunir atributos como beleza, juventude, *it*, *glamour* e *sex-appeal*.

Ao investigarmos estes pontos ao longo do trabalho, nos indagamos qual seria o tipo representado por Tônia Carrero. Ao examinarmos seus filmes disponíveis, percebemos que a atriz interpretou tipos que podemos relacionar à *good-bad girl*. Dando vida a mulheres de caráter dúbio, em que não se sabe suas verdadeiras intenções até a conclusão das películas, onde todos os mal-entendidos são esclarecidos e a personagem se mostra uma pessoa boa acima de tudo, tendo suas atitudes justificadas. A sedução também é um traço marcante nos papéis da intérprete. Tônia é sempre alvo de interesses amorosos, não importa se são homens comprometidos ou não. Conhecer o tipo vivido por Tônia Carrero nas telas bem como as características fundamentais a uma estrela foi essencial para compreender a sua representação nos impressos.

A partir da leitura das matérias e da análise das fotografias protagonizadas por Tônia Carrero nas revistas *O Cruzeiro* e *Scena Muda*, percebemos primeiramente como imagem e texto não conversam entre si. Na maior parte das fotos, enquanto o texto foca na carreira ou trajetória da atriz, as imagens não mostram a estrela no palco ou nos bastidores das filmagens, e sim seu corpo ou rosto. Além disso, foi possível observar como as palavras para descrever as estrelas, como fotogenia, *it*, *glamour* e *sex appeal*, se confundem a todo momento. Apesar de terem significados distintos, estes termos são

empregados de forma a descrever o poder de atração e sedução de uma determinada atriz.

Deste modo, notamos em Tônia Carrero uma constante representação pautada em *it* e *glamour*. A atriz era fotografada na imprensa em eventos importantes como festivais de cinema, assinatura de contratos e lançamento de emissora televisiva, e era narrada como o destaque da festa, mesmo quando houvessem estrelas internacionais presentes também. Além disso, havia uma caracterização da atriz relacionada com códigos de *glamour*. Joias, casacos de pele e cigarros eram alguns dos elementos presentes em Hollywood que indicavam determinada distinção a uma estrela e que eram constantemente vistos nas fotografias de Tônia Carrero.

Do mesmo modo, também encontramos a presença de Tônia Carrero em anúncios do sabonete Eucalol. Seguindo uma direção já adotada pelo sabonete Lux, que se intitulava “o sabonete das estrelas”, as publicidades do Eucalol traziam a atriz numa postura de referência e credibilidade, onde através do consumo do produto, não se estaria adquirindo os atributos relacionados diretamente à limpeza da pele, mas o sucesso e a beleza de Tônia Carrero.

Os impressos também divulgavam uma imagem de Tônia Carrero pautada em sedução. Através da análise do material selecionado encontramos um modelo de representação da atriz onde há um erotismo sugestivo, onde se insinua uma nudez, mas nada é mostrado de forma explícita. Nestas fotografias podemos ver que a atriz é retratada seguindo uma convenção onde o olhar, os cabelos e o decote são seus atributos de sedução. Tônia toca os cabelos, enquanto olha para seu espectador, sabendo que é admirada, exibindo um decote contido, onde muitas vezes, através de uma alça levemente caída, insinua uma nudez. Além disso, há uma série de imagens onde a atriz é fotografada de maiô. Através de poses pouco naturais, Tônia exhibe seu corpo ao observador. Pernas, quadris e ombros protagonizam as fotografias e direcionam o olhar do leitor para ela. Estas representações brincam como o imaginário do espectador, que através da erotização sugerida, cria suas próprias imagens.

Na série de imagens examinadas, também encontramos aproximações entre as fotografias de Tônia Carrero e as ilustrações *pin-ups*. Mais uma vez são imagens da atriz através de uma representação sutil de erotismo, onde há um jogo de sedução e ingenuidade. Explorando seus atributos sexuais na fotografia, principalmente as pernas, vemos a estrela insinuar uma nudez sem de fato mostrá-la de forma explícita, direcionando o olhar e a imaginação do espectador para a parte do corpo que quer

evidenciar. Além disso, ao compreendermos que a *pin-up* é um tipo de *good-bad girl*, notamos que talvez estas imagens sejam uma forma de trazer para as revistas aquilo que Tônia já vivia nas telas.

Portanto, consideramos que a *Scena Muda* e *O Cruzeiro* disseminaram uma imagem de Tônia Carrero representada pela síntese da *pin-up* e do *glamour*. Através de suas fotografias, estes impressos difundiram uma atriz brasileira com a aparência e o destaque de uma estrela internacional. Despertando, assim, nos leitores, tanto masculinos quanto femininos, desejo e atração, seja como objeto de contemplação, modelo de conduta ou inspiração de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMATTI, Margarida Maria. **A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952 – 1955)**. Dissertação (Mestrado em Estudos do Meio e da Produção Mediática) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

ADDISON, Heather. **Hollywood and the Rise of Physical Culture**. London: Routledge, 2003.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **Metrópole e Cultura: São Paulo no meio Século XX**. São Paulo: Edusp, 2015.

BARTHES, Roland. Structure du fait divers. In: **Essais critiques**. Paris: Seuil, 1964.

BASINGER, Jeanine. **A woman's view: How Hollywood spoke to women 1930 – 1960**. London: Wesleyan University Press, 1993.

_____. **The star machine**. New York: Alfred A. Knopf, 2007.

BAZIN, André. Entomologia da Pin-up. In: **O que é cinema?** São Paulo: Ubu Editora, 2018.

BELTON, John. **American Cinema/American Culture**. Nova Iorque: McGraw-Hill, 2013.

BENDER, Flora Christina. **A Cena Muda**. 1979. Tese (Doutorado em Teoria Literária e Literatura Comparada) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

BERGER, John. **Modos de Ver**. Lisboa: Edições 70, 1972.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema brasileiro: propostas para uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A, 1989.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moares. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BRANDÃO, Tânia. **A máquina de repetir e a fábrica de criar estrelas: Teatro dos Sete**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2002.

_____. Introdução. In: GASPARANI, Gustavo; RIECHE, Eduardo. **Em Busca de um Teatro Musical Carioca**. Coleção: Aplauso Teatro. Editora Imprensa Oficial. São Paulo, 2010.

BURTON, Laini Michelle. **The Blonde Paradox: Powe and Agency Trough Feminine Masquarade and Carnival**. Thesis (Professional Doctorate), Griffith University, Brisbane, 2006. Disponível em:

<http://www120.secure.griffith.edu.au/rch/items/e3ce50c2-557d-ddcf-d373-fe71afccd1ev/1/>. Acesso em: 05 ago. 2017

CALABRE, Lia. **A era do rádio: descobrindo o Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

CALLIGARIS, Contardo. Verdades de autobiografias e diários íntimos. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v.11, n.21, p.43-58, jul.1998. ISSN 2178-1494. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2071/1210>. Acesso em: 05 ago. 2017

CASTRO, Ruy. **Carmen: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CARREIRO, Tônia. **O monstro de olhos azuis (memórias)**. Porto Alegre, São Paulo: L&PM Editores S/A, 1986.

CARVALHO, Nelly. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 2003.

CARVALHO, Tania. **Tônia Carrero: movida pela paixão**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

CARVALHO, Priscilla Afonso de; SOUZA, Maria Irene Pellegrino de Oliveira. Pin-ups: Fotografias que encantam e seduzem. In: **Discursos fotográficos**. Londrina, v.6, n.8, p.119-144, jan./jun. 2010

CRANE, Cheryl; De la Hoz, Cindy. **Lana: the memories, the myths, the movies**. Philadelphia: Running Press, 2008.

COSTA, Helouise; BURGI, Sérgio. **As origens do fotojornalismo no Brasil: um olhar sobre O Cruzeiro (1940-1960)**. São Paulo: IMS, 2011.

COUSINS, Mark. **História do cinema: dos clássicos mudos ao cinema moderno**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

COX, Barbara; JONES, Carolyn Sally; STAFFORD, Caroline; STAFFORD, David. **A última moda**. São Paulo: Publifolha, 2013.

CRAIK, Jennifer. **The face of fashion: cultural studies in fashion**. London/New York: Routledge, 1993.

CRUZEIRO, O. Rio de Janeiro: Diários associados, 1947-1955. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O corpo no cinema: as variações do feminino**. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003.

DOANE, Mary Ann. The Close-Up: Scale and Detail in the Cinema. **Differences**. Vol. 14, n. 3, dez. 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1215/10407391-14-3-89>. Acesso em: 05 ago. 2016

DYER, Richard. **Stars**. London: British Film Institute, 1998.

_____. **Heavenly bodies: film stars and society**. London: Routledge, 2004.

DYHOUSE, Carol. **Glamour: women, history, feminism**. London: Zed Books, 2010

DULCI, Luciana Crivellari. **Moda e cinema no Brasil dos anos 1950: Eliana e o tipo mocinha nas chanchadas cariocas**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

ECO, Humberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ENTWISTLE, Joanne. **El cuerpo y la moda**. Barcelona: Paidós, 2002.

FIGUEIREDO, Priscilla Kelly. **Recônditos da beleza: as práticas corporais em Cinearte e Cena Muda (1921 – 1941)**. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

FUSS, Diana. A moda e o olhar “homospectatorial”. In: BENSTOCK, Shari; FERRISS, Suzanne. **Por dentro da moda**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

GAINES, Jane Marie; HERZOG, Charlotte Cornelia. Puffed sleeves before the tea-time: Joan Crawford, Adrian and woman audiences. In: GLEDHILL, Christine. **Stardom: industry of desire**. London: Routledge, 1991.

GREENE, Robert. **The Art of Seduction**. New York: Penguin Books, 2003.

GUBERNIKOFF, Giselle. **Cinema, identidade e feminismo**. São Paulo: Editora Pontocom, 2016.

HUPFER, Maria Luisa Rinaldi. **As rainhas do rádio: símbolos da nascente indústria cultural brasileira**. São Paulo: Senac Editoras, 2009.

JOSSO, Marie-Christine. Os relatos de histórias de vida como desvelamento dos desafios existenciais da formação e do conhecimento: destinos sócio culturais e projetos de vida programados na invenção de si. In: ABRAHÃO, Maria Helena Menna Barreto; SOUZA, Elizeu Clementino de (Orgs.). **Tempos, narrativas e ficções: a invenção de si**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. **Lendo as imagens do cinema**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

JUNG, Carl G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2011.

KOBAYASHI, Elizabete; HOCHMAN, Gilberto. O "CC" e a patologização do natural: higiene, publicidade e modernização no Brasil do pós-Segunda Guerra Mundial. **An. mus. paul.**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 67-89, Junho 2015 Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142015000100067&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 abr. 2017

LAURETIS, Teresa De. “A Tecnologia do Gênero”. In: HOLLANDA, Heloisa (org.). **Tendências e Impasses: O feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles. **La troisième femme**. France: Nrf essais, 1997.

_____; SERROY, Jean. **O ecrã global: cultura mediática e cinema na era hipermoderna**. Lisboa: Edições 70, 2010.

MACIEL, Ana Carolina de Moura Delfim. “**Yes nós temos bananas**”. Cinema industrial paulista: a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, atrizes de cinema e Eliane Lage. Brasil, anos 1950. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

_____. Encantamento do rosto: poses e retratos de cinema. **An. mus. paul.**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 179-205, jun. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142010000100006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07 dez. 2017

MARQUES, Joviana. **Mulheres ilustradas: Representações femininas nos Estados Unidos e no Brasil (1890-1945)**. Dissertação (Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens) – Instituto de Artes e Design, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **An. mus. paul.**, São Paulo, v.13, n.1, p.133-174, Junho 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142005000100005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 05 ago. 2016

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MENDONÇA, Ana Rita. **Carmen foi a Washington**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

MENEGUELLO, Cristina. **Poeira de estrelas: o cinema hollywoodiano da mídia brasileira das décadas de 40 e 50**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

MEYRER, Marlise Regina. Revista O Cruzeiro: um projeto civilizador através das fotorreportagens (1955-1957). **História Unisinos**, São Leopoldo, v.14, n.2, p.196-213, Maio/ago, 2010.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

MORIN, Edgar. **As estrelas de cinema**. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.

_____. **Cultura de Massas no Século XX: neurose.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema: antologia.** Rio de Janeiro: Graal, 1983.

_____. **Fetishism and Curiosity.** London: BFI/Indiana Un. Press, 1996.

PARKER, Rozsika; POLLOCK, Griselda. **Old mistresses: Woman, art and ideology.** London, New York: I.B. Tauris, 2013.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres.** São Paulo: Contexto, 2015.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos anos dourados.** São Paulo: Contexto, 2014.

PONTES, Heloisa. Inventando nomes, ganhado fama: as atrizes do teatro brasileiro, 1940-68. **Etnográfica** [Online], vol. 12 (1), 2008. Disponível em: <http://etnografica.revues.org/1650>. Acesso em: 30 jan. 2018

PORTUGAL, Daniel; ROCHA, Rose de Melo. Como caçar (e ser caçado por) imagens: entrevista com W. J. T. Mitchell. In: **E-Compós**, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009.

PRADO, André Luis do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil.** Barueri: Sisal, 2011.

PRADO, Décio de Almeida. **O teatro brasileiro moderno: 1930-1980.** São Paulo: Perspectiva, Editora da Universidade de São Paulo, 1988.

RAINHO, Maria do Carmo. **Moda e revolução nos anos 1960.** Rio de Janeiro: Contra capa, 2014.

RODRIGUEZ, Miguel Angel Schmitt. **Cinema clássico hollywoodiano e produção de subjetividades: o cigarro em cena.** 2008. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SAGESSE, Antonio José. **Imaginando a mulher: pin-up, da chérette à playmate.** 2008. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2014.

SASAKI, Silvia. Smoking Fetish: representações femininas nas propagandas de cigarro. (1940-1960). In: **Fazendo Gênero: Diáspora, diversidade, deslocamentos**, 23 a 26 de agosto de 2010.

SCENA MUDA. Rio de Janeiro: Companhia Editora Americana, 1947-1955. Disponível em: http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/busca_revistas.html

SEELING, Charlotte. **Moda: O século dos estilistas, 1900-1999.** Colônia: Könemann, 2000.

SLIDE, Anthony. **Inside the Hollywood fan magazine: a history of star makers, fabricators, and gossip mongers.** Jackson: University Press of Mississippi, 2010.

STACEY, Jackie. **Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship.** London: Routledge, 1994.

VEZENIANO, Neyde. Preconceito e teatro musical. In: **Rebento:** revista de artes do espetáculo/ Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. São Paulo: Instituto de Artes. 2012. n. 3.

VIEIRA, João Luiz. A chanchada e o cinema carioca (1930-1955). In: RAMOS, Fernão (Org.). **História do Cinema Brasileiro.** São Paulo: Círculo do Livro, 1987.

_____. O Corpo Popular, a Chanchada Revisitada, ou a Comédia Carioca por Excelência. **Acervo**, [S.l.], v. 16, n. 1 jan-Jun, p. 45-62, dez. 2011. ISSN 22378723. Disponível em: <http://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/133/133>. Acesso em: 29 Jun. 2017.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

WILLIAMS, Michael. **Film stardom, myth and classicism: the rise of Hollywood's Gods.** London: Palgrave Macmilliam, 2013.

WOLFE, Charles. The Return of Jimmy Stewart: the publicity photograph as text. In: GLEDHILL, Christine. **Stardom: industry of desire.** London: Routledge, 1991.

XIMENES, Maria Alice. **Moda e arte na reinvenção do corpo feminino do século XIX.** São Paulo: Estação das Letras e Cores; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

YALOM, Marilyn. **História do Seio.** Lisboa: Teorema, 1997.

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

Appassionata (Brasil, p&b, 93 min, 1952)

Direção: Fernando de Barros

Roteiro: Maria José Dupré e Agostinho Martins Pereira

A voz do carnaval (Brasil, p&b, 1933)

Direção: Adhemar Gonzaga

Roteiro: Joracy Camargo

Barro Humano (Brasil, p&b, 1927)

Direção: Adhemar Gonzaga

Roteiro: Adhemar Gonzaga

Bombshell (Estados Unidos, p&b, 96 min, 1933)

Título no Brasil: *Mademoiselle Dynamite*

Direção: Victor Fleming

Roteiro: John Lee Mahin e Jules Furthman

Caminhos do Sul (Brasil, p&b, 1949)

Direção: Fernando de Barros

Roteiro: José Amádio e Fernando de Barros

Carnaval no fogo (Brasil, p&b, 1949)

Direção: Watson Macedo

Roteiro: Alinor Azevedo e Anselmo Duarte

É Proibido beijar (Brasil, p&b, 80min, 1954)

Direção: Ugo Lombardi

Roteiro: Fabio Carpi e Alessandro De Stefani

Forbidden Fruit (Estados Unidos, p&b, 87 min, 1921)

Título no Brasil: *O Fruto Proibido*

Direção: Cecil B. DeMille

Roteiro: Cecil B. DeMille e Jeanie MacPherson

Humoresque (Estados Unidos, p&b, 125 min, 1946)

Título no Brasil: *Acordes do Coração*

Direção: Jean Negulesco

Roteiro: Clifford Odets, Fannie Hurst e Zachary Gold

Manslaughter (Estados Unidos, p&b, 100 min, 1922)

Título no Brasil: *A Homicida*

Direção: Cecil B. DeMille

Roteiro: Jeanie MacPherson

Now, Voyager (Estados Unidos, p&b, 118 min, 1942)

Título no Brasil: *Estranha Passageira*

Direção: Irving Rapper

Roteiro: Casey Robinson

Paltinum Blonde (Estados Unidos, p&b, 89 min, 1931)

Título no Brasil: *Loura e sedutora*

Direção: Frank Capra

Roteiro: Harry Chandler e Douglas Churchill

Quando a noite acaba (Brasil, p&b, 1950)

Direção: Fernando de Barros

Roteiro: José Amádio e Fernando de Barros

Querida Susana (Brasil, p&b, 1947)

Direção: Alberto Pieralisi

Roteiro: Alberto Pieralisi e Alipio Ramos

Stella Dallas (Estados Unidos, p&b, 106 min, 1937)

Título no Brasil: *Stella Dallas, Mãe rendetora*

Direção: King Vidor

Roteiro: Sarah Y. Manson e Victor Herman

Tico-tico no Fubá (Brasil, p&b, 109 min, 1952)

Direção: Adolfo Celi

Roteiro: Jacques Maret e Oswaldo Sampaio

The Affairs of Anatol (Estados Unidos, p&b, 117 min, 1921)

Título no Brasil: *As aventuras de Anatólio*

Direção: Cecil B. DeMille

Roteiro: Jeanie MacPherson e Arthur Schnitzler

They wont forget (Estados Unidos, p&b, 95 min, 1937_)

Título no Brasil: *Esquecer Nunca*

Direção: Marvyn LeRoy

Roteiro: Robert Rossen, Ward Greene e Aben Kendal