





UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA E GEOGRAFIA

IANE CAROLINE LIMA SANTOS

Identidades Femininas em Tela e em Revista

CAMPINA GRANDE - PB

Agosto/2008

IANE CAROLINE LIMA SANTOS

Identidades Femininas em Tela e em Revista

Monografia apresentada a Universidade Federal de Campina Grande como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharelado em História.

ORIENTADOR

PROF. DR. ANTONIO CLARINDO BARBOSA DE SOUZA

CAMPINA GRANDE - PB

Agosto/2008

IANE CAROLINE LIMA SANTOS

Identidades Femininas em Tela e em Revista

Monografia apresentada como exigência para a obtenção do grau de bacharelado em História submetida à comissão julgadora da Universidade Federal de Campina Grande.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Antonio Clarindo Barbosa de Souza
Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Iranilson Buriti de Oliveira
Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dra. Regina Coelli Gomes Nascimento
Universidade Federal de Campina Grande



Biblioteca Setorial do CDSA. Março de 2024.

Sumé - PB

Ao meu pai Zeca e minha irmã
Ellen, sou o que sou graças a
vocês.

AGRADECIMENTOS

Falar de quem me acompanhou nessa jornada, nem que tenha sido por um pequeno período resulta numa lista imensa, pessoas que merecem ser grifadas mesmo que se refiram a uma pequena passagem nessa parte inicial da minha vida.

De início não poderia jamais deixar de agradecer a minha família maravilhosa. Meu amado pai Zeca, minha fonte de inspiração e força, obrigada por me ensinar a sempre seguir em frente e acima de tudo a sonhar, pois é, você sempre me mostrou que sonhar é indispensável e se persistirmos acontece, como já esta acontecendo.

Esse acontecer advém da minha maravilhosa mãe Goretti, fonte de virtude e persistência, o pilar da minha vida, a quem devo a chance de hoje está aqui devido ao seu incansável apoio e preocupação com o meu futuro, hoje estou aqui mãe dando o meu primeiro passo que a senhora tanto sonhou em presenciar.

Se para ser feliz eu preciso de alguém, esse alguém é sem dúvida uma pequena garota que encanta tudo ao seu redor, a minha princesinha Ellen, minha companheira de filmes, de risadas, de choros, de fins de noite, de desculpas, de shows (o de Maria Bethania que o diga) meu tudo, minha mais preciosa companhia, agradeço por existir em minha vida, por ter vindo na hora certa e inesperada, nunca me deixando sozinha desde então.

Meu irmão Diego é claro também merece o seu espaço, nossa, como você me deixa feliz, apesar dos pesares estamos aqui encaminhando tudo ao nosso favor, meu companheiro de desabafos e confusões, você me/se mete em cada uma, mas agradeço por ter esse jeito tão estourado de ser.

Toda a minha família que sempre demonstrou confiança em mim, principalmente a tia Ana, minha tia maluca, a tio Bosco, o explosivo e também a vovó Risomar a quem morro de saudades, mas um dia aprenderei a voar só pra te encontrar vovó, como a senhora sempre sonhou.

A minha mais nova tia, ou até mesmo minha segunda mãe, a quem é claro não posso seguir todos os conselhos malucos, minha querida Edna a qual sinto tanta saudade de ter sua companhia todos os dias, de sua dedicação e preocupação comigo, de sua incomparável salada especial feita para mim, de suas gafes e acima de tudo de você, em ser do jeito que é sem tirar nenhum vintém.

Mas ao menos você deixou um pedaço 24hs colado em mim, o meu “encosto”, a minha tão amada amiga Mabelly (Maga) amigas de uma infância tardia e contínua. Ai ai, essa relação promete e rende mais que tudo, somos como a xícara e o pires, agüentamos cada uma sempre com a ajuda uma da outra, e acima de tudo nos agüentamos, rimos, nos desesperamos, nos preocupamos, não é Maga? Ainda bem que “eu num quero mais não, quero não, quero não” imagina só se quiséssemos, sei não, só nos duas mesmo pra nos entender.

Se alguém pode ter dedicação incondicional, preocupação, amor, carinho e atenção eu tenho por meio de você Tassiano, não sei como me agüenta, mas mesmo assim agradeço por ser “antiquado” do jeito que é, e sempre me dar a mão quando mais preciso.

Outra novata na família é a cearense que tanto amo, Cibelle Belém pra quem abro realmente o meu sorriso, se é que vocês me entendem. Essa cabeçuda me encantou, me deixando desarmada nessa amizade sem futuro, afinal cearense...

Mas há pessoas que estão intimamente ligadas a esse processo acadêmico, longe de tudo que passamos juntos nada seria possível e nem plausível.

Agradeço a você Clarindo, meu eterno (des)orientador, obrigada pela (im) paciência. Dom, você é de primordial importância para o dia de hoje ser possível, afinal seis cadeiras e uma monitoria não é mole não, mesmo com as nossas idas e vindas, hoje estamos nos comportando melhor um com o outro e acho que estamos indo bem nessa relação que vem a se firmar. Agradeço assim a você, que me fez perceber o quanto eu amava História e se permaneci no curso até o final foi muito por sua causa.

Todos esses agradecimentos dão aquele ar de saudade daquele primeiro momento de tudo, o primeiro contato logo na pré-matrícula, de todos aqueles olhares curiosos, interessantes, atentos a tudo e meio receosos por tudo de novo e melhor que

estava por vir. Agradeço, portanto, as garotas que vieram juntamente comigo dar cor, charme e beleza ao curso de História, mostrando que não é só de cabelo vermelho, sandália de dedo e tatuagem que o curso é feito e que um salto alto não faz mal a ninguém.

Agradeço a você Cristina Conserva minha amada amiga incrivelmente fechada, diga se de passagem mais até mesmo que eu, por ter me mostrado “que o amor meche com a minha cabeça e me deixa assim (...) faça esquecer que a vida é feita pra viver”, tudo é um questão de subir na mesa e olhar de cima. Obrigada pelo espaço sempre disponível no colchão.

A você Fernanda Pinto, quantas tardes a conversar mesmo nos desentendimentos a cada três segundos, nos superamos na razão, haja cabeça dura, afinal “o livro está errado, mas eu não”.

A minha outra cearense querida, Jaciara Rivero que mesmo por um pequeno período no curso plantou uma amizade inabalável, obrigada pelos conselhos nas horas mais desesperadas no MSN, por sempre está presente mesmo que “ausente” em minha vida.

Nayra Navine então nem sei como dizer, só me faz rir a cada instante, pena que não conseguimos juntar os nossos trapos (nossa como ficou dúbio), agradeço por ter esse seu jeito Nayra de ser.

A você Raquel Jussara, quanta semelhança com nossas mães, quantas caronas mais que super lotadas, compras então, haja vitrines pra nos enlouquecer e depois termos aquela noite de sono.

E a você Tatiana Monteiro, que mesmo com a delimitação de só nos vermos uma vez ao ano, é suficiente para nos conectarmos. Você é o maior exemplo de força de vontade e de dar a volta por cima que eu conheço.

Agradeço também aos que comigo caminharam nesses últimos quatro anos, desde o primeiro dia de aula. Agradeço assim a André o meu amigo samurai, a Daniel o garoto mais louco que alguém pode pensar ser possível de existir, a Romerino o menino mais talentoso, companheiro, pontual, responsável, amado e dedicado de todo curso de

história, Evanglely (Vanga) e seu visual inconstante, Williams (Will) o chato mais chato e mais agradável de todos. E também aos agregados do curso Jussara Rivero, a menina que vive de folga e Júnior o “nhêgo” mais safado que se possa imaginar.

Sou muito grata a minha mais nova amiga Mirella Burity, minha futura colega de mestrado muitos ares novos vamos explorar juntas se assim for permitido, pena que não nos conhecemos antes, mas acho que foi tudo mais que o suficiente para se tornar na maravilha que se tornou.

Quantas outras amizades adquiri nesses últimos anos neste curso, cada uma com sua particularidade. Aline Meira minha cliente mais fiel, Fernanda Pires e loucura por lilás, Gilmária e seus encantos, Hilmária minha eterna monitora, Paloma Porto a minha até então psicóloga, quer dizer é bem uma consulta recíproca, Vanessa (Nessita) e seus óculos inseparáveis, Elton John e sua música sempre lenta, Márcio Agrez (PM) e sua neurose por cotovelo.

Que turma maravilhosa eu tive, que sensações emocionantes eu vivenciei ao lado de todos vocês, nossos congressos fora do comum, nossos seminários, nossos passeios, almoços, compras, madrugadas, confusões, enfim cada instante foi superior ao que possa ser chamado de perfeito.

Agradeço aos meus professores do curso de História com quem aprendi muito nesses quatro anos: Benjamin Montenegro, Cabral, Eronildes, Fábio Gutemberg (in memorian), Faustino Teatino, Gervácio Aranha, Herry Charriery, Iranilson Buriti, Josemir Camilos, José Otávio, Júnior, Lincoln, Marinalva Vilar, Ramsés Nunes, Roberval Santiago, Rosilene Montenegro, Sandra, Silêde Cavalcanti e Zenon, minha prática enquanto historiadora será marcada pela presença de cada um deles.

A professora M-A-R-A-V-I-L-H-O-S-A Liége, de quem tive o prazer de ser monitora e com quem aprendi a ser uma aluna e uma pessoa muito melhor, todo o carinho e a atenção que ela me dedicou merece a minha maior gratidão.

A você meu querido professor e amigo Giscard Agra, o único que pode dizer que não faltei nenhuma de suas aulas, não foi mesmo moço? Quer dizer, só nas sextas-feiras. Agradeço a sua companhia nas noites nos tão famosos banquinhos azuis da praça do CH, as nossas conversas sobre tantos objetos de estudo antropológicos daquele CH,

por me fazer rir, por sua chatice singular, por você ter entrado em minha vida de forma tão monocromática.

Tive o prazer de conviver neste curso com pessoas maravilhosas e cujo carinho será guardado por mim para ser lembrado sempre. Por isso agradeço a todos com quem partilhei as mais diversas experiências, seja nas salas do BC, na pracinha em seus tão famosos banquinhos azuis, ou mesmo fora da universidade e que me permitiram fazer parte de suas vidas.

Agradeço também a Sr. João Toco por me levar todos os dias com total “segurança” à universidade, a Salete & Olavo por toda atenção a qualquer hora do dia, principalmente na hora das refeições, a Marcos e seu “Trayller” azul, a Júnior e Genilda por toda a agilidade e a Rosa sempre prestativa.

O trabalho desenvolvido por mim, só foi possível pelo amor e auxílio que tive de cada um de vocês. A todos agradeço e dedico cada página desse trabalho.

“Eu adoro essa parte. A luz vai se apagando devagarzinho. O mundo lá fora vai se apagando devagarzinho. Os olhos da gente vão se abrindo, daqui a pouco a gente não vai nem mais lembrar que está aqui”.

(Trecho do filme Lisbela e o Prisioneiro)

RESUMO

Observando as diversas representações sobre gênero feminino, o presente estudo apresenta como objetivo tecer reflexões acerca das práticas e dos discursos que permeiam todo esse representar, assim como os meios que fazem com que cada representação seja possível, ou não, em um determinado contexto histórico. Dessa forma, buscamos discorrer acerca de padrões pertinentes a cada período, bem como os meios que faziam com que tais modelos fossem propagados ao público espectador por meio de uma pesquisa baseada em filmes e revistas das décadas de 40, 50 e 60, bem como também filmes “atuais” que retratem tais décadas. Numa análise das práticas e dos discursos que permearam a realização de tais representações e que podem ser percebidos nos filmes e propagandas da época em questão, pretendemos discutir como estes apresentam os sentimentos de desejo, idealizadores de um ideal almejado de ser mulher.

Palavras-chave: representação, cinema, propagandas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. O CINEMA COMO UMA RE(A)PRESENTAÇÃO DO VIVIDO	17
2.1 As Representações e o Cinema	19
2.2 As Apresentações da mulher no cinema: um modelo a ser seguido?	22
2.3 A Moda Como Construção de Arquétipos Femininos	35
3. NEM SÓ DE PÓ VIVE A MULHER!	39
3.1 As propagandas e as estrelas: uma combinação perfeita.....	42
4. DESCENDO A CORTINA OU VIRANDO A ÚLTIMA PÁGINA	54
5. FILMES CITADOS.....	57
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

INTRODUÇÃO

“Fábrica de ilusões” esse sim é um sinônimo para Hollywood, afinal ele nos remete não apenas ao glamour e sofisticação apresentados nas telas, num modo simplista de dizer. Hollywood é acima de tudo um sonho, um ideal traçado na vida imaginária, algo que gostaríamos de possuir, pelas atitudes ousadas que gostaríamos de produzir, ou mesmo pelo modo exuberante como gostaríamos de nos apresentar.

Os filmes detêm esse poder de marcar épocas, gerar moda, provocar repercussões (sejam elas positivas ou negativas) e imitações. Isso porque em seu amplo meio de criação, características não são apenas absorvidas e incorporadas pelo espectador, são também vistas como similares aos da vida real.

Afinal, quem nunca se identificou com um personagem ou mesmo visualizou semelhanças da “história de sua vida” representada em algum filme? E é exatamente essa proximidade que o cinema possui com o público, tornando-o mais especial, a ponto de ser confundido com a própria vida real.

Isso porque o cinema não apenas reproduz histórias aleatórias, o que ali é visto é fruto de um determinado contexto rodeado de interesses múltiplos no intuito de atingir o íntimo do espectador, afim do mesmo apropriar-se de modos e padrões inseridos nas telas, ao ponto de serem compartilhados e reelaborados.

Mas para que tais valores sejam cobiçados, é de suma importância que sejam representados por pessoas desejáveis, serão assim os atores e as atrizes “embaixadores” de um mundo idealizado. Desta forma, o star system do cinema americano constituiu astros e estrelas de cinema com extrema capacidade de mobilização, empreendida pelos filmes e revistas, a ponto de explorarem também suas vidas e carreiras.

A alusão a filmes, atores e atrizes desse período ainda mostra a força própria a Hollywood, por meio da absorção saudosa a beijos do “mocinho” e a “mocinha”, o vestido ou um tailleur utilizado por uma determinada atriz em um determinado filme ou programa de TV que serão atentamente copiados como modelo para o próximo baile da cidade ou mesmo na próxima ida ao cinema.

Mas só os filmes não bastavam para pôr em circulação as imagens e temas hollywoodianos a ponto de os tornarem desejáveis pelos fãs. Revistas que faziam o resumo semanal, ou mesmo aquelas que se apropriavam do público feminino faziam o indispensável para um astro tornar-se referência.

As revistas utilizavam-se da vida dos artistas para fabricar suas matérias, gerando uma “mão-dupla” com o cinema no intento de divulgar o artista e vender o produto anunciado, e assim gerar lucro também para a revista, pois se o mesmo estava sendo bem recebido pelo público era um sinal que o anúncio estava funcionando. Quanto também vender os filmes realizados pelas estrelas, pois, a partir do momento que a revista publica artigos que falam dos “queridinhos da platéia”, mais interesse por suas matérias o público espectador vai demonstrar e mais audiência o cinema vai ganhar.

A utilização da imagem das “stars” nas propagandas anunciadas nas páginas das revistas promove também uma “ilusão” desejável, a partir do momento em que os produtos de certa forma eram entendidos como um elixir da beleza e juventude era só utilizá-los e você ficaria igualzinho a sua “star” favorita. A publicidade assim, se apropriava da imagem positiva do artista tornando-a positiva para suas vendas. A beleza e a praticidade eram vendidas nas páginas e telas da vida.

E é do conceito de apropriação visto em Chatier¹ que este trabalho está permeado. No intuito de observar o quão as pessoas queriam, ou não se sentir parte daquele mundo projetado pelas revistas e pelo cinema e acima de tudo como as mulheres de maneira geral eram apresentadas nas telas de cinema e nas páginas das revistas.

Para tecer nossas considerações sobre tais assuntos utilizamos como fontes a cópia de diversos filmes das décadas a serem trabalhadas e obras como a de Cristina Meneguelo, “Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50”², como também os artigos “Como se produz uma mulher!”³ e

¹ Para tal embasamento teórico, utilizamos do conceito de apropriação visto em **CHARTIER**, Roger. A História Cultura: entre práticas e representações, trad: Maria Manuela Galhardo, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990

² **MENEGUELLO**, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996.

“Sob um céu nem sempre estrelado”⁴, ambos de autoria Souza como também anúncios e colunas da revista semanal de maior circulação no país nas décadas de 40 e 50 a revista ilustrada O Cruzeiro.

A pesquisa se direciona especialmente às décadas de 1940, 1950 e 1960, observando as transições de comportamento mediante as transformações subseqüentes aos diversos acontecimentos. No entanto, não buscamos enquadrar um tipo x de representação em cada década, nem afirmar um único modelo a ser seguido, afinal as transformações acontecem a toda hora e não apenas numa virada de década para outra, elas podem até mesmo ressurgir quando tudo parecia ser imutável.

Sendo assim, nosso trabalho, se divide em dois capítulos na intenção de realizar o estudo proposto conforme destacamos anteriormente.

O primeiro capítulo intitulado “**O cinema como uma re(A)presentação do vivido**”, procura expor as diversas faces femininas expostas no cinema, mulheres românticas, explosivas, sensuais, determinadas ou mesmo frágeis.

A pretensão não é analisar nenhum filme a ser citado conforme o texto, mas tão e somente analisar a figura feminina nele inserida, os tipos de mulheres no seu papel de multiplicadora de valores ao serem representadas de forma particular naquele período. Os motivos de tal representação, qual o intuito do mesmo, a quem estavam direcionado todo aquele estereótipo representado, seja ele figuras desejáveis ou indesejáveis, são os nossos anseios para a presente monografia. Não sendo do nosso interesse também tecer maiores comentários em relação às técnicas de filmagem, especificidades da montagem das cenas ou de planos de filmagem.

Tal pesquisa vem a utilizar filmes que tratam e retratam justamente as três décadas a serem trabalhadas já citadas anteriormente ou até mesmo filmes de décadas mais recentes que venham a representar o período proposto para o estudo, com o intento de também fazer uma certa ponte dos valores remotos com os mais atuais, um possível choque de valores.

³ SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. Como se produz uma mulher! *Revista MNEME*, v. 7, n. 15.

⁴ SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. Sob um céu nem sempre estrelado. *Revista História Hoje*, v. 1, n. 1, 2003.

O segundo capítulo, “**Nem só de pó vive a mulher!**” apresenta o segundo mecanismo de fonte para o trabalho, as revistas. Nele buscamos observar propagandas de maneira geral que incorporam a figura feminina como mecanismo de venda, mas não somente produtos direcionados à beleza das mesmas, mas também dos eletrodomésticos, objetos que as rodeiam no seu íntimo e intocado cotidiano de “rainha do lar”, ou mesmo de produtos direcionados ao cuidar da aparência masculino, como pós-barba, brilhantina, mas que de uma maneira ou de outra direcionavam-se ao público feminino por estarem intimamente ligados com a intenção de agradar e conquistar o sexo oposto.

CAPÍTULO I

O CINEMA COMO UMA RE(A)PRESENTAÇÃO DO VIVIDO

O ato de representar a figura feminina não advém dos dias de hoje, trata-se de uma prática comum desde tempos remotos. Pode-se assim dizer que tal costume tornou-se ainda mais freqüente em alguns meios de comunicação, tais como revistas, livros e campanhas publicitárias. Enfim, a figura da mulher está por toda parte, desde uma propaganda de batom – acessório que está ligado diretamente a beleza feminina – como também a propaganda de um eletrodoméstico o qual se refere aos seus afazeres domésticos.

Para tanto, tentamos esclarecer que não há um padrão único de mulher ao longo dos tempos, o que se percebe é um conjunto de representações sobre as mesmas, as quais podem nos remeter a sonhos ao visualizar mulheres que incorporam todo aquele ideal traçado como “perfeito”, sempre com um belo sorriso, com um lindo salto alto e uma boca e penteado impecáveis. Como também as que nos provocam sentimentos de repulsa, como as loucas, as feiticeiras, as prostitutas, enfim, as que demonstram qualquer tipo de rebeldia que não vão de acordo com as normas ditadas para aquele determinado contexto.

Sendo assim, observamos que as representações feitas em torno da figura feminina nos remetem a uma produção de significados, construindo subjetividades, as quais são formuladas por padrões mutáveis, sejam eles em termos de beleza ou em termos “morais”, fortificando ainda mais a idéia da não existência de um padrão imutável, afinal, os valores se renovam mediante o cenário em que estão inseridos e apresentados.

O estudo das subjetividades refere-se a uma emergência para o historiador cultural: a preocupação das histórias de vida, dar uma história ao que parecia não possuir uma. Afinal, as sensibilidades são as formas que os indivíduos se dão a perceber, e dessa forma por meio da experiência histórica pessoal que se resgata

emoções, desejos, sentimentos, enfim, o íntimo dos acontecimentos remetendo-nos ao mundo do imaginário. Segundo Pesavento

*“representações e imaginário, o retorno da narrativa, a entrada em cena da ficção e a idéia das sensibilidades levam os historiadores a repensar não só as possibilidades de acesso ao passado, na reconfiguração de uma temporalidade, como colocam em evidência a escrita da história e a leitura dos textos.”*⁵

O filme é uma construção imaginária da realidade, uma evidência para o historiador contrária ao real, mas sempre incorporando características do mesmo. Por criar um regime de consciência particular, uma verdadeira hipnose aos olhos de quem vê, torna toda e qualquer justificativa desnecessária para tentar explicar sua capacidade de atingir o íntimo do espectador, afim do mesmo apropriar-se daquilo que vê no intuito de pô-lo em prática na vida real.

Afinal, as representações apresentam sentidos ocultos construídos social e historicamente, sendo portadores do simbólico e absorvidos inconscientemente pelo coletivo, apresentando-se assim como natural. Entretanto, parte da cultura do seu tempo, não é mera invenção, mas na constituição de uma realidade é válido e necessário perceber os programas de cada época antes de indagar se as mensagens divulgadas são falsas ou verdadeiras.

A idéia de “imaginação constituinte” prevê que cada época pense e aja de acordo com certos quadros e constitua suas verdades históricas. Os valores propostos por Hollywood, como “o amor deve estar acima de tudo”, “a justiça é igual para todos e soberana”, “pode-se vencer na vida por meio do trabalho e da imaginação”, “a mulher contem dentro de si desde a dedicada mãe até a mais sedutora” estão compartilhados e reelaborados.

Devi

No entanto, é necessário que se observe os valores culturais apresentados pelos filmes compartilhados ou não com o público que o produz e o público que o observa, dentro de um amplo contexto, o qual não se refere unicamente a uma bipolarização de valores do emissor para com o espectador, não sendo um mero conflito de uma história que condena espectadores a estabelecer relações já dadas.

⁵ PESAVENTO, Sandra Jatahy. História & História Cultural. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

Baseando-nos então nas diversas construções de uma imagem de mulher podemos nos perguntar sobre a maneira pela qual as mulheres viam e viviam suas imagens, observando sempre que aquilo que é retratado de tal forma, na nossa “realidade” pode ser/é (des)semelhante e é por meio de alguns filmes produzidos nas décadas de 1940, 50 e 60 , como também filmes que fazem referências ou reproduzem tais períodos que esse capítulo procura articular e questionar como as mulheres eram representadas em tal material iconográfico no referente período.

Perante tal suporte, procuraremos identificar os valores que perpassam em torno de determinadas personagens, digo determinadas por focar a pesquisa na figura feminina o que não significa dizer que não se observe também os homens, afinal, para realizar tal ação é de grande valia observar a relação entre os sexos, mas não propor uma análise da figura masculina, o que nos detemos é criar um perfil de como a mulher era representada no período citado.

2.1 As Representações e o Cinema

O cinema é articulador e formulador de comportamentos, não unicamente pelo fato de produzir vidas idealizadas a serem vividas, mas pelo fato de utilizar temáticas e valores que vão de acordo com o seu tempo, pois, os que assim não fazem, não produzem efeito algum e são até mesmo criticados e descartados em sua época afinal reflete a falta de conexão daquilo que está sendo passado, com a época vivida. As falas produzidas pelo cinema, as críticas feitas a elas, as chamadas nas revistas, todas auxiliam na constituição do sujeito.

O mecanismo que reproduz as estrelas nas décadas de 1940 e 50, colocando-as como símbolos a serem seguidos é chamado de *star system*⁶. Da mesma forma que as atrizes podiam ser transformadas da noite para o dia como estrelas, o inverso também

² Sobre tal assunto ver: **MENEGUELLO**, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996. Como também falaremos mais no próximo capítulo como as revistas apresentavam os artistas e assim eram incorporadas as suas práticas no cotidiano.

ocorria, bastava não corresponder ao grupo produtor – diretor ou mesmo, ao grupo receptor – espectadores.

No período referente à década de 40 e 50 a imagem do americano médio, propalou elementos de justiça, da importância do esforço e da determinação e do papel social da mulher. Como também aparece a imagem do americano como figura alegre e espirituosa, defendendo um ideal sempre ligado a um amor verdadeiro. A representação do ator em torno de uma determinação a algo é de praxe nesse período.

Uma família marcada pela miséria não se deixa levar por dificuldade alguma, mesmo que tais dificuldades perpassem por todo o filme – Henry Fonda em *Vinhas da Ira* (1940); A dama que não se deixa levar pelo medo e enfrenta todas as dificuldades em busca do amor em plena Segunda Guerra Mundial, sem ser visualizada como infiel – Ingrid Bergman em *Casablanca* (1943); Scarlett O’Hara jura “jamais sentir fome novamente” e recomeçar do zero sem se deixar levar, defendendo o que é seu – Vivien Leigh em *...E o vento levou* (1939). Talvez daí venha a prática de representar o príncipe encantado como plebeu, a fim de mostrar que só sem olhar as posses de nenhum será possível encontrar o grande amor.

Meneguello nos mostra que tal imagem de americano fez-se como verdade e foi duramente criticada para os próprios americanos nas décadas posteriores à de 50. Foi então que tal imagem-modelo a ser absorvida, passou a se comprovar como um ideal de uma sociedade fora do alcance, vivida apenas nas telas do cinema.

De modo revelador, Meneguello se prende a idéia de que o espectador construído é formado em sua relação com o cinema e não além do mesmo, não na forma de absorver tudo o que vê, mas no sentido de as mensagens visualizadas são entendidas enquanto ensinamentos.

No entanto, não procuramos saber se as mulheres de tal época aceitavam e absorviam todos os valores perpassados nos filmes, mas sim como o cinema era utilizado afim de apropriação de desejos para as mulheres, permitindo a percepção dos signos de um campo denominado “amoroso”, que contém as idéias de relacionamento possíveis e os equipamentos pertinentes a este amoroso (como os padrões de beleza, o gestual erótico e os padrões estéticos).

Por ser um mundo de sonhos, o cinema é então a representação de um real idealizado e é pelo conceito de representação que esse trabalho será norteado, no intuito de ver o cinema como discurso intencional, construído para fomentar o desejo que cerca os ideais de uma determinada época. Conforme Chartier, “as representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinados pelos interesses de grupo que as forjam”.⁷

Por outro lado, as idéias de Chartier nos conduzem a analisar as práticas culturais. Analisar um filme é considerar várias práticas culturais nele circunscritas. A História Cultural propõe estudos que enfocam o conjunto da sociedade e não apenas aspectos específicos, tendo por base, para tal, representações construídas pelos diferentes atores sociais.

O conceito de representação se apresenta sobremaneira válido para se pensar a história hoje, uma vez que, diante das concepções nominalistas que não acreditam no discurso histórico como algo que pode levar o historiador a possibilidades sobre o real, torna possível a diminuição de tal ceticismo. O real existe se o concebermos como representação e, portanto, como um discurso construído com intenções que, entretanto, pode nos fornecer referências sobre o real vivido. Assim, argumenta Chartier que: “O real assume assim um novo sentido: aquilo que é real, efetivamente, não é (ou não é apenas) a realidade visada pelo texto, mas a própria maneira como ele a cria, na historicidade da sua produção e na intencionalidade da sua escrita”.⁸

Portanto, o cinema ao construir representações sobre a mulher, nos proporciona o alcance a algumas conclusões sobre a mentalidade e as práticas sociais daquela sociedade. Qual mulher não gostaria de conseguir enfeitiçar um homem como diversas atrizes como Katherine Hepburn, Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Rita Hayworth, entre outras o faz, desde o ar ingênuo até o mais picante? Esse desejo mostra que nem todas eram assim e nem possuíam esse poder, mas numa coisa estamos certos, ter a aparência de alguém que estava nas telas era mais do que um mecanismo de cópia tratava-se de uma verdadeira proposta de modos de vida e de relacionamentos.

⁷ CHARTIER, Roger. A História Cultura: entre práticas e representações, trad: Maria Manuela Galhardo, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990, p. 17.

⁸ Idem, ibidem, p. 63.

Com pretensão de analisar como as mulheres são representadas nos filmes é válido observar que a apresentação de uma mulher independente, romântica, sex não ocorre solta no tempo, ela incorpora valores perpassados naquele período, para tanto trataremos adiante como elas são representadas fazendo uma análise do período a qual estão inseridas, para assim tentarmos entender o porquê de tal representação.

2.2 As Apresentações da mulher no cinema: um modelo a ser seguido?

Nos filmes é comum encontrar passagens em que os cosméticos em conjunto com o penteado e as roupas realizam transformações no corpo da mulher. Quem nunca quis aprender com Audrey Hepburn o seu truque com os frisos em “*Bonequinha de Luxo*” (1961) que em frações de segundos se transforma em um lindo penteado com direito até mesmo a maquiagem. E é isso que o cinema representa para a sociedade, o fazer dos sonhos.

Observar como e porque se comportam de tal maneira representava uma forma de ajudar a formular uma personalidade, de maneira particular e peculiar ao seu tempo. O cinema então engloba tal papel, afinal, as atrizes de um lado funcionavam como um veículo na venda de produtos, sejam eles de beleza ou de uso doméstico e assim, tornam-se uma verdadeira mercadoria a serem consumidas pelo público.

De tal modo, cada representação a ser apresentada nas telas surgia mediante aos parâmetros do seu tempo, pensar então nos **anos 40**, remete-nos a então **Femme Fatale** com seu poder de sedução sombrio, o seu rebolado ousado, o seu alto poder de sedução no simples modo de segurar o cigarro e o seu modo de vestir.



A Femme Fatale é dotada de padrões de comportamentos únicos, que seduz não apenas aos homens ao brincar e fazê-los de “palermas” aos seus pés, mas também as

mulheres, as quais se contorcem nas cadeiras ao sonhar em ser como as elas. Enfim, as Femme Fatale se comportam mal, por todas aquelas que ali estão assistindo.

Mas ela não surgiu por acaso, ela é o fruto da chamada grande depressão⁹, mostrando outros meios para se subir na vida já que não havia emprego nem para os homens, em pensar para as mulheres, assim Barbara Stanwick em *Serpentes de Luxo* (1933) mostra que tudo é uma questão de talento e de experiência, muita experiência, afinal seu personagem sobe de “carreira” ao demonstrar todo o seu “talento” no trabalho, com uma altura inquestionável.

Com seu ar de ingenuidade inicial, ela logo percebe o que realmente tem que fazer para subir na vida, absorvendo o que o tempo lhe mandava fazer. Utilizando a manipulação sexual inicia sua escalada seduzindo um homem atrás do outro até finalmente chegar ao topo, “não me



diga que no prédio todo não há lugar para mim” isso é o que sua personagem diz na primeira imagem acima, com toda doçura e fragilidade apenas na aparência é claro, pois logo mostra suas verdadeiras intenções, usar o sexo para subir na vida.

E era essa a mensagem que o cinema trazia um manual de sobrevivência para as mulheres, mostrando como adquirir melhores condições utilizando os meios “sempre presentes” em sua imagem, juntamente com os artifícios corretos: a manipulação sexual. O sex appeal estava a solta nos anos 40. O amor deixou de ser uma delícia sentimental para tornar-se uma loucura desportiva

A mulher fatal possuía um poder perverso, capaz de tudo para conseguir o que queria, sem recusar até mesmo uma arma como um acessório ou mesmo como um meio de garantir o que queriam afinal, Bárbara Stanwick jamais saiu sem uma e também nunca ousou não utilizá-la em seus filmes, fato que pode ser visualizados por demasiado

⁹ Anos marcados por falências, desempregos e desespero em virtude a quebra da Bolsa de Valores de Nova York em 1929.

em *Pacto de Sangue* (1944) onde ela ainda utiliza outra arma fatal, o seu poder de persuasão.

E é com essa segunda arma que Lana Turner em *O Destino Bate a sua Porta* (1946), afinal sua personagem convence o seu amante a matar o seu marido, argumentando que só assim serão felizes. Enfim, muitas vezes a mulher fatal comete assassinatos sem levantar um dedo sequer, podemos chamá-la de perversa sim, mas precisa de muito talento pessoal, potencial de sedução e mistério para se entrar no jogo do ou tudo ou nada.

Mas nem todas usavam armas, umas usavam apenas o olhar provocante, eis aí *Gilda* (1946) representada pela bela Rita Hayworth mostrando que não é porque os tempos melhoraram que a figura da Femme Fatale desapareceu, pelo contrário, apenas foi aperfeiçoada. Ao cantar “Put the blame on mine” Gilda encantou a todos e seu par romântico Glenn Ford deixou todos os homens com inveja. Afinal, uma rabiçaca de cabelo como a que vemos na seqüência abaixo, nem as propagandas de xampu possuem.



Meneguelo complementa sobre a ruiva Rita: “Gilda, nome até de bomba atômica. Hayworth com seu sorriso auto-confiante, o pescoço atirado para trás, o vestido pedido – “tomara-que-caia” –, as luvas e cigarro simbolizando um misto de sofisticação e dissolução, a estola de pele da mulher fútil, compunha exatamente o papel de mulher amoral que reassumiria em outros filmes, como em *A dama de Shanghai* (1948) ou *A Mulher de Satã* (1957)”.¹⁰

¹⁰ MENEGUELLO, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996. p. 115.

Gilda é mulher misteriosa, assim como quase todas as Femme Fatale possui um passado obscuro (um amor) e tenta fugir dele, mas por ironia do destino, cruza com o mesmo em uma terra distante. Ela então não se apresenta apenas como uma Femme Fatale incorpora também a representação da Mulher Romântica, tão retratada na década de 50.

Por ser a década do romantismo, a mulher fatal parecia ter desaparecido nos anos 50, mas sempre há mais maridos a serem mortos, há mais desejo pulsando nas veias e assim ela sempre volta. Atualmente o seu regresso se dá com uma novidade, ela não é mais punida pelos seus atos, diferente do que ocorria, a Femme Fatale sai ileso de seus crimes, tornando-se o sonho de todas as que a assiste, por mais que não seja um exemplo a ser seguido.

Por mais que Gilda mostre-se romântica, ninguém foi tão romântica e deu tantas lições de como conquistar e garantir o que quer quanto Scarlet O'Hara em *...E o Vento Levou* (1939). Scarlet nos ensinou a verdadeira essência do romance, o modo de atrair todos os homens como podemos



observar na imagem anterior, como valorizar os nossos corpos, como flertar, ficar mais bonita, dançar (mesmo que de luto), e acima de tudo como beijar.



Pois então, o beijo entre Scarlet e Rhett interpretado por Clark Gable deixou e ainda deixa platéias encantadas. As mulheres gostariam de inclinar-se e esperar os beijos assim como os personagens já citados fazem. Um beijo como se fosse o último, afinal, o beijo era o ápice do romance. Mas Scarlet não representava uma mulher romântica, no sentido de ingênua que vive sonhando pelos cantos, ela era determinada, astuciosa, não abria mão jamais pelo que aprendeu a amar mais do que tudo, Tara, seu lar, seu refúgio o lugar de onde retirava e renovava todas as suas forças, o que a fazia ressurgir do desespero.

Nessa primeira metade conturbada da década de 40 é comum filmes que as histórias também se passem no meio da guerra, como em *...E o Vento Levou*, por mais que não retrate a guerra contemporânea a seu tempo. Tais filmes tendiam a representar o direito que a mulher possuía em tal período, o de se apaixonar e esperar. O amor era a áurea em que a mulher podia fazer escolhas, ser ousada e assumir riscos. As heroínas nesses filmes eram as defensoras do amor.

Ilsa, personagem de Ingrid Bergman em *Casablanca* (1942) representa o significado da expressão “morrer de amor”, pois era isso que seus personagens em maneira geral faziam. Ingrid com sua imagem sempre casta mostrava como o amor era essencial à vida, mais indispensável que o oxigênio, suas personagens eram movidas pelo amor, sobreviviam dele.



Em *Casablanca*, filme o qual é tido como uma das maiores histórias de amor de todos os tempos, Bergman apresenta-se como uma mulher dividida entre o certo e o errado, afinal, vivera uma história de amor com o personagem de Humphrey Bogart ao pensar que seu marido havia morrido daí há todo desenvolvimento da história, contudo em momento algum sua personagem é percebida ou interpretada como infiel.

Mas a mulher não sonhava apenas com o amor, ela queria sua independência e o período pós-guerra concede isso a elas, surge assim, nas telas do cinema a **Mulher Independente**. A melhor forma de representá-la era dando-lhes um emprego e assim, sua figuração mais fiel é concedida por Katharine Hepburn, a qual sua personagem adquire um alto cargo em *A Costela de Adão* (1949), revelando traços diferentes de feminilidade, ao aparecer nas telas dando ordens até mesmo a homens e competindo com o próprio marido no escritório de advocacia onde ambos trabalhavam, vivendo no meio de uma “guerra dos sexos”

Essa mulher independente já havia sido retratada nas telas em plena década de 30 também na figura de Katharine Hepburn em *Liberta-te Mulher* (1936), uma mulher em busca de um emprego e argumentando o porque de ter direito a um. Cena comum na

vida real para aquela época, a não aceitação da mulher no mercado de trabalho o contrário significava um absurdo, um sinônimo de rebeldia.

A mulher independente vista em Hepburn no final da década de 40 colocava qualquer homem no bolso com um estilo fascinante, entretanto mostrava-se como uma ameaça para os mesmos, afinal, homem algum queria sua/uma mulher como concorrente, queria apenas uma esposa no sentido tradicional da palavra. Quanta pertinência para tal período.

Afinal a Mulher Independente não aceitava um não como resposta, era decidida, franca, mandona. O cinema era o meio que dava um poder legitimado a ela, era o ambiente em que multiplicam suas atividades, faziam negócios, davam ordens e tudo isso em seu próprio escritório. Mas tal competência fora de casa, sempre significava o inverso dentro dela. A independência profissional não era compatível com a feminilidade de uma esposa ou mãe. Sendo assim, fora para a “nova mulher” mais uma vez, a qual emerge com todo gás no final da década seguinte.

Por falar em anos **50** a imagem representada de mulher em tal década mais conhecida é sem sombra de dúvidas a de Marilyn Monroe, talvez não só nos anos 50, mas em todo ideal sonhado a ser incorporado por uma mulher. Monroe é a pura **Bombshell**, mas não foi a primeira, por incrível que pareça existiu uma antes, Jean Harlow, a primeira loira platinada do cinema.

Harlow mostrava-se consciente de sua sexualidade e brincava com ela em plena década de 30, como pode ser visualizado em seu filme *Sombras do Passado* (1932) era eloqüente, tirada, tinha uma personalidade e não tinha medo de mostrá-la ela não apenas falava como Mãe West, ela agia, fazia, pedia sexo e mostrava que gostava e muito conseguindo ainda unir sexualidade provocante com um senso de humor esplêndido.



Após sua morte, a Bombshell só ressurgiu nos anos 50 na imagem de ninguém mais ninguém menos que Marilyn Monroe. Monroe possuía tudo para representar uma

Bombshell, tinha curvas, afinal as medidas importavam e muito, era loira o que ajudava bastante afinal *Os Homens Preferem as Loiras* (1953), assim chamava-se um de seus filmes, diferente da inteligência que era opcional (talvez daí venha a fama da loira burra), além disso, possuía uma voz charmosa e sensual e como se não bastasse era engraçada.

Monroe representava o sonho de toda mulher: tornar-se irresistível quando bem entendesse e incorporar todas as fantasias sexuais dos homens. Mas apesar disso, o que a deixava mais encantadora era a sua apresentação também como inocente, indicando uma certa vulnerabilidade compreendida como necessária para o ser mulher, aproximando-a ao comum.

Daí então vem a complexidade em suas personagens, afinal por mais que conseguisse deixar todos os homens aos seus pés sempre parecia necessitar deles, o que parecia ser um certo romantismo em sua imagem na busca do amor de sua vida, só que com umas cifras a mais no seu sobrenome é claro, mas nem sempre o que parecia ser o melhor partido, de fato era, como pode ser observado em seu filme *Quanto Mais Quente Melhor* (1959).

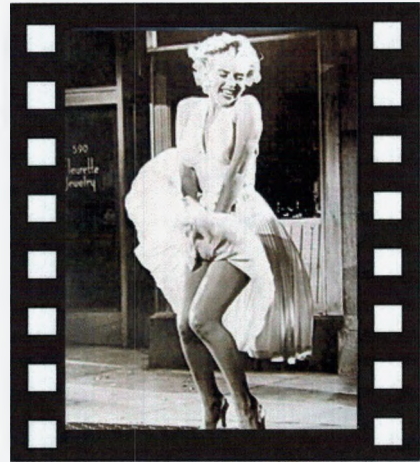
No referido filme, sua personagem “Sugar” mostra desde o nome toda doçura esperada por uma mulher, mas ao mesmo tempo, apresentava-se como uma figura desviante, com práticas não aceitáveis para uma mulher tais como a bebida demasiada a qual escondia em sua cinta-liga para não ser expulsa da banda que participava e mantinha uma vida sexual ativa mesmo sem ser casada.



Sempre atrapalhada, mas também determinada, a Bombshell apresentava ainda uma certa esperteza, afinal o seu papel parcial de “burra” é apresentado em *Os Homens Preferem as Loiras* (1953) como algo intencional, uma apresentação necessária já que os homens gostam de mulheres não tão espertas.

E é justamente por essa representação de tola que a Bombshell é extinta. As mulheres querem ser sensuais, mas também querem ser inteligentes, “uma cabeça para os negócios e um corpo para o pecado”. A ingenuidade pode ser encantadora para alguns, mas para outros assusta, especialmente para quem deseja ser vista como dona de si. Até mesmo as roupas de hoje são bem mais ousadas que as utilizadas pelas Bombshells, mas as condições para a sua existência já não correspondem com as práticas atuais.

No entanto, mesmo com a não mais representação dessa mulher a imagem da saia de Monroe subindo “sem querer” no filme *O Pecado Mora ao Lado* (1959) vista ao lado, deixa qualquer um com um ar nostálgico. Enfim, ela pode não ser mais comum nas telas do cinema, mas na mente dos espectadores ela é eternizada.



Mas a Bombshell não é a única representação feminina a década de 50, há uma mais acessível às mulheres “comuns”, a que sempre é representada seja o tempo que for e na década do romance não haveria de ser diferente, eis aí a **Mulher Romântica**, já falada anteriormente. Mas esse romantismo tem um ar especial, ele tranquiliza as mulheres na figura de Audrey Hepburn, por a mesma ter surgido após a contagiante Monroe.

Audrey era a representação típica de um novo tipo de romântica, tinha um rosto gracioso e não um corpo cheio de curvas, afinal seus traços eram pequenos e não avantajados, e mesmo assim encantava os homens e garantiu a sua independência tão desejada, com toda doçura e simplicidade.

A romântica vista em Audrey nos mostrava a essência do romance de uma forma divertida vista em seu filme *Sabrina* (1954) ao se apaixonar pelo filho mais novo representado por William Holden do patrão do seu pai, desde a infância, levando-a ao desespero de preferir a morte ao vê-lo casado pela terceira



vez com outra sem ao menos notá-la por um segundo. Daí vai estudar culinária em Paris para tentar esquecê-lo e aprender o que toda moça já deveria saber desde o berço: cozinhar para o marido¹¹.

O diferencial do seu personagem é o seu regresso à América com um ar totalmente novo, Sabrina mostra-se não mais a menina de vestido xadrez da garagem, mas uma bela dama que ressurge do “nada” a tal modo, provocando paixões avassaladoras até mesmo ao irmão mais velho representado por Humphrey Bogart o qual só vive para os negócios, sendo o inverso do outro. Afinal um é responsabilidade enquanto outro é diversão, daí o triângulo amoroso está formado, visto na imagem anterior.



Em *Bonequinha de Luxo* (1961) Audrey representa também uma mulher simples em um primeiro momento não perpassado no filme que se torna em uma sofisticada e atraente mulher, com o seu próprio apartamento dividindo apenas com seu gato chamado gato, afinal “não é digna de lhe dar um nome”, mas sempre sem sua chave, pois, mais distraída impossível de existir.

Tal personagem apresenta uma semelhança com a Bombshell: a busca de um amor na forma de \$ e encontrado no símbolo matemático negativo, em outras palavras, um pé-rapado. Mostrando que o amor verdadeiro existe e é possível para todas as que desejarem e lutarem pelo mesmo, seja de que forma for. No referido filme sua

¹¹ Referimo-nos a primeira versão do filme de 1954 e não a mais recente, afinal na última refilmagem os motivos de Sabrina viajar para Paris são os mesmos, mas a carreira a qual ela segue é diferente em correlação ao seu tempo, afinal, trata-se de uma regravação de 1995.

personagem é uma prostituta, nos remetendo a pensar que seria repugnada pelos padrões da época, mas diferente disso, encanta a todos com o seu ar ingênuo de tentar fazer tudo dar certo.

Mas nem todas as românticas representadas no cinema são bem resolvidas e possuem um final feliz. Uma que demonstra tal afirmação é Blanche personagem de Vivien Leigh em *Uma Rua Chamada Pecado* (1951) a qual mostra-se como uma mulher perturbada com sua idade já avançada para uma solteira, na realidade uma viúva de um homossexual, o qual se suicida ao ser visto pela mesma tendo relações com seu amante.

A visualização de Blanche como uma mulher romântica é dada pelo fato da mesma idealizar um romance a ponto de passar-se por donzela, mesmo que todos já soubessem suas verdadeiras práticas nada usuais e dignas de uma dama. Blanche apresenta-se como sempre com nervosismo ao falarem ou perguntarem de sua vida no lugar de onde vinha, afinal estava apenas de passagem na casa da irmã, ao menos assim ela afirmava e mesmo estando de passagem não ia embora mesmo que o seu cunhado representado por Marlon Brando a expulsasse todos os dias.



Tal mulher apresenta então um ar de mistério, não tão misterioso assim, chamaremos então de descontrole emocional, como visto também em *Marnie*, *Confissões de uma Ladra* (1964) ou mesmo no aclamado *Um Copo que Cai* (1958) ambos de Hitchcock.

A **Mulher Misteriosa** como o próprio nome já diz, sempre tem algo a esconder, às vezes até mesmo algumas práticas não usuais para a sociedade como no caso da personagem Marnie representada pela atriz Tippi Hedren. Em *Marnie*, *Confissões de uma Ladra* que como o título já esclarece, trata-se de uma ladra que se submete a uma chantagem de se casar para não ser entregue a polícia por todos os seus golpes. Daí tal Marido representado por Sean Connery tende a ajudá-la a entender o porquê da sua friquidez ao ser tocada por um homem.

Enfim, o maior segredo de Marnie, é segredo até mesmo para ela, pois fora vítima de uma violência sexual na infância, a qual apagou da memória como defesa, o que a prejudicou como mulher e como um ser social, tendo pânico sempre que se remetia a qualquer contato seja ele visual ou físico, com a cor vermelha que significava o sangue do homem que tentava violentá-la que sua mãe matou. Marnie torna-se um suspense psicológico e não físico, onde a vilã é a própria vítima.

Já a personagem Judy de *Um Corpo que Cai* representada pela atriz Kim Novak participa da armação de um assassinato planejado – o marido deseja matar a mulher e forja um distúrbio de dupla personalidade para a mesma alegando ser um espírito que amaldiçoa a família. Para tanto, é formulado todo um esquema para que o detetive representado por James Stewart acredite que ela realmente está possuída por tal espírito.

O que o detetive não sabe é que é tudo uma armação para que todos pensem que foi suicido a causa da morte da mulher e como o marido sabe que tal detetive tem medo de altura, utiliza tal fobia para o mesmo não descobrir que a mulher que cai, fora empurrada pela sua “dublê”. Entretanto, a vilã se apaixona pelo detetive e põe todo o plano a perder.

Essas personagens citadas mostram todo um ar de independência, mostrando que a nova mulher passa a ressurgir nas telas do cinema com um pouco mais de espaço e Grace Kelly, a loira fria favorita de Hitchcock, com todo seu ar de princesa assim como na vida real vem em *Janela Indiscreta* (1954) representar uma mulher determinada, que sabe o que quer e não abre mão da sua vida nem do seu amor, arriscando até mesmo sua vida por tal propósito, uma verdadeira deusa do amor.

No entanto, toda a sua graciosidade não encanta seu companheiro representado por James Stewart, por completo não a vendo como uma mulher apta a ser sua esposa, mas ela prova ao ajudá-lo a desvendar um misterioso sumiço de sua vizinha, a qual suspeitam de ter sido assassinada pelo próprio marido no intuito de livrar-se do fardo que a mesma provocava a ele, afinal era muito doente.

De princesa passa a ser uma heroína. Como pode ser visto na seqüência de imagem abaixo, de uma mulher ilusória, cheia de glamour, passa a ser uma bela companheira que busca agradar o seu amor, mas sempre arranjando uma forma de fazer um pouco o que gosta sem o mesmo perceber. Não mais com o look by Christian Dior, a saia godê, cintura fina e um lindo salto, mas agora com uma simples calça jeans, um sapato e camiseta de botão. Mas da sua revista feminina ela não abriu mão e com certeza aos poucos vai incrementando o seu visual.



Afinal a mulher independente consegue um espaço maior na figura de Doris Day no final dos anos 50 e início dos **anos 60**. Sendo representada se saindo bem surpreendentemente tanto dentro quanto fora casa de maneira bastante confortável, afinal sabia lher dar com todos os eletrodomésticos e com seus negócios também. Doris Day era a sucessora de Katharine Hepburn e da trabalhadora dos anos 30 era o modelo da nova mulher no tempo referido.

Seus papéis eram bem sucedidos, auto-suficientes e acima de tudo com a sexualidade reprimida, sempre taxada como a virgem perpétua: “não até nos casarmos”. Mas o que caracterizava mais tal período e o que a ordem indicava a ser seguido era o romantismo e não a independência feminina. No fim elas sempre cediam o seu futuro profissional pelo seu amor verdadeiro afinal era isso que o público queria e esperava, ia de acordo com os padrões esperados pela ocasião.

Afinal essa era a sublime missão da mulher: ser mãe, esposa e dona-de-casa, com um perfil de honesta, obediente, contida e recatada e acima de tudo a virgindade tão imaculada pela sociedade, uma legítima propriedade familiar, a qual não deveria ser “tocada” antes do casamento e até isso Doris Day apresenta em um de seus filmes chamado *Carícias de Luxo* (1962) a qual só se entrega após o casamento e por meio de muita “luta”.

Pensar em uma mulher auto-suficiente que não mais dependia do seu marido era um fato assustador, era como se a guerra dos sexos terminasse, e todos já sabiam o resultado. A única independência concedida a mulher era o uso dos seus eletrodomésticos.



Um filme que mostra o choque de valores de épocas distintas é *A Vida em Preto em Branco* (1998). No qual dois irmãos entram em um programa de TV que se passa em 1958 e incorporam as suas práticas nessa nova realidade a ponto de colorir a vida das pessoas ao mostrar um novo caminho, a não repressão mais dos seus desejos, instintos, poderes não necessariamente sexuais, mas todo e qualquer potencial embutido. A seqüência de imagens a seguir mostra a iniciação do colorir das pessoas marcada pelo “fruto do pecado”: a maçã, símbolos do desconhecido, da nova sensação.



Um verdadeiro contraponto de tempo e realidade atual, um choque de valores distintos correlacionados em um mesmo espaço e tempo. Afinal é isso que o cinema nos proporciona, um resgate do ontem, o imaginar do ocorrido pra que possamos nos iludir de como poderia ser se nos incluíssemos naquele tempo emblemático.

2.3 A Moda Como Construção de Arquétipos Femininos

Depois de já termos falado de como as mulheres são representadas no cinema, vamos agora falar como elas são apresentadas para tal, o seu modo de vestir, e o que proporcionava ou não o seu vestuário em ser de tal maneira.

Iniciaremos então na década de 40, período de crise, de escassez de mercadorias devido a guerra mostrando que a mesma não influenciou apenas as histórias dos filmes,

ela também deixou marcas na indústria da moda, mas mesmo assim a moda conseguiu sobreviver à guerra.

As roupas não mais possuíam todo o glamour das décadas anteriores, afinal a escassez de tecidos fez com que as mulheres tivessem que reformar suas roupas e utilizar materiais alternativos, tais como a viscose e as fibras sintéticas. Isso também devido a regras estabelecidas que limitavam a metragem de tecido para cada categoria de roupa, a qualidade do tecido, o comprimento e a largura das saias. Algumas roupas não-utilitárias também estavam sujeitas a restrições de tecido e adornos e ao racionamento.

As meias finas desapareceram do mercado devido a falta do náilon e da seda, sendo frequentemente substituídas por meias soquetes ou pelas pernas nuas com bronzeado artificial, às vezes com uma “costura” falsa pintada na parte de trás da perna, afim de simular o uso de uma meia, as mulheres sempre encontram um jeito de sempre ficarem belas, mesmo com dificuldades em conseguir serviços de um cabeleireiro, ela mesmo adquire a prática com os grampos para prendê-los e fazer os cachos.

O botão passa a ser incrementado no vestuário feminino, mesmo sendo símbolo de virilidade, talvez por isso mesmo, afinal, a mulher deveria ter garra para enfrentar o período de crise e garra era uma coisa que não faltava para Slim, personagem de Lauren Bacall em *Uma Aventura na Martinica* (1944) vista na imagem ao lado.



A guerra viria a transformar a forma de se vestir e o comportamento e uma época, desde o final da década de 30 que as roupas já apresentavam uma linha militar, assim como algumas peças já se preparavam para dias difíceis, como as saias, que já vinham com uma abertura lateral, para facilitar o uso de bicicletas.

O famoso ready-to-wear (pronto para usar) que é a forma de fabricar roupas em grande escala de qualidade realmente vingou nessa época e mais a seguir passou a ser

chamado de prêt-à-porter¹², transformando-se numa forma prática, moderna e elegante de se vestir, garantindo a pessoas comuns pela primeira vez, o acesso às criações da moda sintonizada com as tendências do momento.

As roupas passam a apresentar como já foi dito, uma certa funcionalidade, não apenas no sentido do botão, mas também na apresentação de um simples bolso agregado a peça, já que foi no período decorrente da grande depressão que a mulher passa a ter que trabalhar fora de casa e a necessitar de um “mecanismo” que possa guardar utilidades, eis o nascimento do bolso, que desde então não saiu de moda. Como já disse Lipovetsky:

*“A necessidade faz a moda, o golfe introduziu o uso do cardigã; a bicicleta permitiu o aparecimento, por volta de 1890, de calças bufantes apertadas sob o joelho e, em 1934, do short de verão; os banhos de mar impulsionaram, no começo do século, a inovação de maiôs sem mangas com decote redondo, seguida, nos anos 20, do maiô de uma só peça com as pernas e os braços nus. Nos anos 30, as costas serão completamente descobertas no maiô duas peças (...) o biquíni fará sua aparição por volta do final dos anos 1940”*¹³.

E quando todos pensavam que os anos 40 iriam terminar de maneira silenciosa no mundo da moda, o Frances Christian Dior apresenta sua nova coleção batizada de “New Look” em 1947 valorizando as formas femininas, com saias longas e rodadas, cintura fina, ombros e seios naturais, luvas e sapatos de saltos altos.



O mesmo argumenta para tanto que

“nós saímos de uma época de guerra, de uniformes, de mulheres-soldados, de ombros quadrados e estruturas de boxeador. Eu desenho femmes-fleurs, de ombros doces, bustos suaves, cinturas marcadas e saias que explodem em volumes e camadas. Quero construir meus vestidos, moldá-los sobre as curvas do corpo. A própria mulher definirá o contorno e o estilo”.

E esse é o traje modelo dos anos 50, a década da feminilidade, manteve-se como base para a maioria das criações desse período, sendo possível graças ao fim da escassez

¹² Expressão francesa que significa comprada pronta, equivalente a um preço inferior em relação a um vestido da Alta Costura.

¹³ LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 76.

de tecidos garantindo saias com tecidos abundantes e ainda cosméticos, afinal era tempo de cuidar da aparência que andava de mal com o espelho. A “beleza” tornou-se um tema de muita importância assim que terminou a escassez de cosméticos do pós-guerra.

Mas nem todas as roupas eram rodadas, havia também as mais recatadas como o famoso *tailleur*, uma espécie de combinação de casaco com saia, muito visível nos figurinos dos filmes de Hitchcock.

E com a década seguinte, a saia rodada de Dior vai ficando de lado e a calça cigarette vai sendo incorporada ao vestuário rebelde, num prenúncio de liberdade. Mas nada mais livre que a minissaia, a qual representava sensualidade, liberdade, independência e modernidade ao mostrar as pernas.

Enfim, a moda estava na moda, todos os meios estavam disponíveis para o mundo feminino, bastava utilizá-los seguindo o exemplo de suas estrelas do cinema que apresentavam formas e produtos para ficarem belas assim como elas. Afinal, só era feia que quisesse.

Tal versatilidade da moda vem a comprovar o já dito da não existência de um padrão de mulher, nem todas acompanhavam as tendências de Paris, nem todas reagiam como o cinema apresentava, mas de uma coisa é certo, o que se passava nas telas influenciavam profundamente a mente feminina e a masculina.

E é sobre tamanha influência do cinema e o mundo dos cosméticos que trataremos no capítulo seguinte, o qual apresentará propagandas divulgadas em tal período em um dos meios de comunicação mais comerciais para tal: a revista feminina.

CAPÍTULO II

NEM SÓ DE PÓ VIVE A MULHER!

Após tudo que já foi dito sobre as representações das mulheres no cinema nas décadas já citadas no capítulo anterior, ainda nos resta observar os artifícios utilizados para serem apresentadas de forma tão glamourosa, a ponto de nos parecerem inacessíveis, ao menos é claro que aderíssemos tudo aquilo que as mesmas nos aconselhavam, afinal, as propagandas traziam a solução para todo e qualquer problema.

As personagens visualizadas nas telas e nas páginas das revistas não eram apenas representações de um ideal almejado, eram também incorporadas. Seus corpos, suas falas, seus gestos, sua casa, enfim, sua vida era posta a todos a ponto de servirem como mecanismo de desejos. O parecer-se com alguém famoso era mais que um mecanismo de cópia, tratava-se de uma verdadeira proposta de modos de vida e de relacionamento.

Para tanto as revistas tratavam de pôr em circulação toda e qualquer informação que pusesse o espectador a par da vida do seu ídolo, como também apresentava diversas publicidades de cosméticos, eletrodomésticos, roupas, etc de como se aproximar ao máximo daquilo que parecia perfeito, um ideal de vida em um objeto de consumo.

Segundo Meneguello:

“(...) na fala das revistas para fãs, as atrizes revelam apenas pequenos defeitos juntamente com pequenos truques-artifícios para corrigi-los. São poses que favorecem a imagem, maneiras de começar uma conversa, e tudo o que pode ser obtido nas lojas – batom com a cor que mais combina com a pessoa, dentífrico que deixa o sorriso e a boca sempre pronta a ser beijada, pó-de-arroz que corrige as pequenas imperfeições da pele... Mostrando-se ao mesmo tempo não completamente belo por natureza, e revelando o artifício que produz o belo, o astro propõe o padrão e a possibilidade de realizá-lo. A atriz é produzida enquanto bela; esta beleza concedida a ela por meio dos atos de embelezamento é simultaneamente a beleza ao alcance, num convite à participação muito mais evidente só que supõe a idéia de que os fãs estariam sendo ‘ludibriados’”¹⁴.

Os produtos de beleza apresentados nas páginas das revistas mostravam-se capazes de transformar uma gata borralheira em uma legítima Cinderela, ou até mesmo

¹⁴ MENEGUELLO, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996, p. 100.

em resolver problemas do âmbito sentimental, afinal a publicidade tinha o poder de transformação, dando mais encanto à vida. “Somente o sol me beija! E após o uso do produto (...) Agora manda o coração... porque COLGATE entrou em ação!”¹⁵

A propaganda serve-se do imaginário do cinema na qualificação dos produtos. “Eu uso sabonete Lever” diz Pier Angeli¹⁶. O sabonete Lever se destacava por inserir fotos de atrizes para álbuns em suas embalagens, desde a década de 30 e seguindo até as duas décadas seguintes, fez parte dessa coleção não apenas a Angeli, mas também, Jane Fonda, Lana Turner, Dorothy Lamour, Jean Harlow, Judy Garland, Gene Tierney, Rita Hayworth, Veronika Lake, Elizabeth Taylor, Ava Gardner, Grace Kelly, Joan Crawford, Gina Lollobrigida, Sandra Dee e Kim Novak, entre outras.



As propagandas utilizavam inclusive os diálogos do cinema, reproduzindo cenas como as observadas nas propagandas do já citado sabonete. “Pier Angeli fez a mágica... um colega de trabalho transformado em marido... hoje sou casada e feliz”. O que não havia de ser diferente usando o sabonete LEVER, afinal, ele era “usado por 9 entre 10 estrelas”.¹⁷

No entanto, vale salientar que não queremos dizer que todas as pessoas eram espectadoras de cinema ou que fossem leitores de revistas a ponto de quererem incorporar aquilo que visualizavam nas páginas. Entretanto, uma parte considerável de pessoas, como não haveria de ser diferente, consumiam materiais midiáticos relacionados ao cinema, e havia casos em que a identificação era buscada no conjunto de signos que esses atores e atrizes pareciam representar.

Afinal, para se enquadrar no meio em que se está inserido é necessário absorver ou mesmo se aproximar dos novos modelos propostos, pois os que assim não o

¹⁵ No Museu Histórico de Campina Grande existem somente revistas da década de 1950. Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.

¹⁶ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

¹⁷ idem

fizessem, seriam visualizados com preconceito por não se enquadrarem em tais estereótipos ditos modernos.

Desta forma, neste segundo capítulo temos a pretensão de observar como as mulheres eram retratadas nas décadas de 40, 50 e 60 assim como foi feito no capítulo anterior, entretanto nos apropriaremos agora não mais de uma imagem em movimento, mais sim de uma imagem imóvel, mas bastante móvel na mente de quem as vê, pois as interpretações são infinitas para uma mesma representação. Isso porque as revistas auxiliam na reconstrução da história de um lugar em vários momentos sob diferentes olhares.

Para tanto, atenhamo-nos à revista de maior circulação no país nos anos 50: O Cruzeiro, a qual foi ininterruptamente editada de 1928 a 1975, semanalmente, com uma variedade imensa de reportagens em suas páginas, sugerindo modos de vida a serem incorporados por suas leitoras, pois as revistas dos anos 40 e 50 se voltavam mais para o comportamento pessoal e moral dos astros que detinham modos tão sonhados de se viver.

50.000 EXEMPLARES
TIRAGEM
do 1º NÚMERO de
Cruzeiro

“Depomos nas mãos do leitor a mais moderna revista brasileira”. Assim foi apresentada a primeira edição de *Cruzeiro* em 10 de novembro de 1928 com a proposta ainda de ser a revista mais perfeita, mais completa, “mais moderna amanhã do que hoje”, que ainda contou com uma grande divulgação antes da sua primeira publicação já proclamando desde aí anúncios que serão veiculados pela nova publicação e garantindo assim o seu sucesso extraordinário desde sua primeira edição.

Além da profusão de cores, a capa do número um vista ao lado, chama a atenção para o caráter do desenho do rosto de mulher que a ilustra: a figura de uma melindrosa. Unhas cintilantes, sombra nos olhos e boca pintada. Completando a atmosfera, sobre o rosto da melindrosa as cinco estrelas de prata do Cruzeiro do Sul que haviam inspirado o nome da revista. Abaixo do título a complementação: *Cruzeiro* é uma Revista Semanal Ilustrada.



E continha seções diversas divididas em artigos, reportagens, flagrantes, humorismo, literatura, cinema e teatro e um espaço direcionado para a mulher. A revista era quase completamente composta por anúncios, sejam eles de automóveis, da General Eletric, dos filmes produzidos pela Metro Goldwyn Mayer ou até mesmo pequenos anúncios de produtos de beleza, higiene para o lar, tecidos, entre outros.

Além de apresentar diversos anúncios, tal periódico ainda proporcionava a chance do leitor também passar a anunciar em suas páginas, por um preço bastante atrativo:

*“Um grande anúncio mal apresentado e mal redigido vale menos do que um pequeno anúncio atraente. Nem sempre o objeto do anúncio suporta uma larga despesa de publicidade. Um pequeno anúncio insistente produz mais do que um grande anúncio isolado. Criando a seção de pequenos anúncios ‘Cruzeiro’ oferece ao anunciante o meio de obter com o mínimo dispêndio o máximo da eficiência publicitária”*¹⁸

3.1 As propagandas e as estrelas: uma combinação perfeita.

O produto de beleza traz então em si um caráter transformador, capaz de alterar a mulher ao revelar sua beleza escondida. Os conselhos dados nas publicidades passam também a apresentar-se em forma de “dicas de beleza”, incluindo os equipamentos que tornam a beleza acessível a todos.

A propaganda não promete, ela cumpre, assim conclui algumas leitoras ao visualiza os divinos resultados “comprovados” por suas estrelas favoritas, é como se a qualidade a ser adquirida fosse a própria star – figura de convencimento utilizada pelas propagandas – da qual as qualidades



¹⁸ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, em 10 de novembro de 1928.

eram atribuídas ao uso do produto referido, “você pode ser tão linda quanto as mulheres mais lindas do mundo com o novo PAN-CAKE make-up de Max Factor Hollywood!”¹⁹.

Seguir os conselhos das “star”, era isso que a publicidade buscava do público, “Gina Lollobrigida – uma das mulheres mais lindas do mundo quem dá um conselho à mulher brasileira”²⁰ ao falar do seu hábito de utilizar o sabonete LEVER, o favorito das “star” “ao menos nas propagandas” como cuidado de beleza. “A propaganda passa a ser um poderoso instrumento também no Brasil e o telefone a principal arma para dinamizar *as vendas*”²¹.

Sendo assim “(...) as estrelas estavam compondo seu público não à sua imagem e semelhança, num simplista entendimento de imitação, mas na proposta de modos de vida que, simultaneamente inacessíveis (Hollywood como fantasia distante), podem encontrar realização no espaço das vivências. Assim, os canais midiáticos vendem a própria estrela”²² na promessa de transformação quase que imediata.

As “stars” denotam mobilidade nos padrões de beleza e variedade nas atitudes. Elas são rebatidas sobre curiosidades e informações e acabam sendo desenhados como figura nodal que surge o cruzamento dos valores propagados pelos filmes, revistas e músicas, além de uma “pedagogia estrelar”.

E é justamente nesta transformação e nos consequentes benefícios amorosos resultantes da mesma, que a publicidade investe os seus artificios, “a estrela é imaterial, mas real, na medida em que ela não apenas divulga realidade, mas a produz. Ela é o lugar onde se atualizam signos colocando-os em circulação: ela lança moda, comete ‘ousadias’ e sedimenta perfis essencialmente femininos”.²³ Faça como Jane Fonda que usa o sabonete LUX²⁴ como tratamento de beleza.



¹⁹ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, em 4 de setembro de 1954.

²⁰ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, em 4 de dezembro de 1954.

²¹ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, em 10 de novembro de 1928.

²² MENEGUELLO, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996, p. 104.

²³ Idem, ibidem, p. 130.

Pensar que se tornaria irresistível com um mero sabonete, era isso que o mesmo fazia crer com as atrizes que se apresentavam consumidoras unicamente de tal produto, mas a publicidade não parava por aí, afinal uma mulher tem que se produzir desde o banheiro e não unicamente nele como o sabonete LEVER fazia crer.

Havia também na mesma fragrância do sabonete, o TALCO LEVER “com a mesma pureza e delicioso perfume do sabonete das estrelas (...) ideal também para a pele do bebê”.²⁵ Ou ainda a PASTA DENTIFRÍCIA LEVER ao sódio-ricinoleato, utilizando-a era impossível guardar segredo devido ao seu resultado imediato deixando os dentes brancos e protegidos, com a opção ainda da embalagem tamanho familiar, que se torna muito mais econômico.²⁶

Mas havia também a opção do “criador dos mais belos sorrisos”, o creme dental COLGATE, que “perfuma o hálito, limpa, embeleza e protege os dentes”²⁷ como também havia a opção de KOLYNOS, isso sim era uma boa notícia, que a cada utilização deixava mais protegido o seu sorriso²⁸. Mas se mesmo assim o seu mau hálito persistisse, era só recorrer ao ASTRINGOSOL, que proporcionava um hálito mais puro, mais agradável, mais perfumado, fazendo com que o “seu hálito fale bem de você”.²⁹



Em matéria de sabonete não poderíamos deixar de falar também daquele que em apenas 14 dias garantia uma pele mais linda, graças a sua espuma cremosa juventude e beleza eram os sinônimos do sabonete PALMOLIVE que assim como o LEVER tinha o

²⁴ O sabonete Lux da publicidade vista, do ano 1967, era até então o sabonete Lever que em 1963 passou a chamar-se pela sua marca internacional Lux.

²⁵ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

²⁶ idem

²⁷ idem

²⁸ idem

²⁹ O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.

talco para acompanhar o seu cuidar da pele, o qual suas qualidades foram “criadas por 608 mulheres inteligentes” que era “tão fino e suave que flutuava no ar!”.³⁰

E após escovar os dentes, bastava completar o belo sorriso com o batom permanente CUTEX que disponibilizava para cada cor de batom a harmonia de um esmalte CUTEX que embora custem menos que os demais, são os melhores. Os cabelos também merecem grande atenção, “o CHAMPÚ HALO deixa o cabelo limpo, brilhante e perfumado revelando sua beleza oculta!”³¹, pois, lavar os cabelos com sabonete como toda mulher haveria de saber deixa os cabelos opacos, ou mesmo utilizar o shampoo MULSIFIELD que além de perfumar, removia a caspa e dava “aquela limpeza total, indispensável à vida e beleza dos cabelos”.³²

Mas é claro que uma mulher não iria sair de casa sem um seu belo penteado e para facilitá-lo era só utilizar o ÓLEO LAVANDA CASHMERE BOUQUET o qual era “aristocrata dos produtos de qualidade”³³, proporcionando maciez aos cabelos sem engordurá-los, facilitando e conservando o penteado. E se mesmo assim você julgar os seus cabelos feios coloque em ação a permanente a frio TONI³⁴ que poderá ser aplicada em sua própria casa com auxílio de uma amiga, dando aos cabelos uma ondulação natural e suave permitindo os mais atraentes e originais penteados, além da grande economia ao não ir ao salão.



³⁰ O Cruzeiro, em 13 de novembro de 1954.

³¹ O Cruzeiro, em 4 de dezembro de 1954.

³² O Cruzeiro, em 13 de novembro de 1954.

³³ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

³⁴ O Cruzeiro, em 4 de dezembro de 1954.

³⁵ O Cruzeiro, em 13 de novembro de 1954.



claro de lhe deixar na moda desde a cabeça ao apresentar um modelo de cabelo que se enquadrasse com as últimas tendências da moda.

Mas não adiantava ter um belo sorriso, uma unha impecável e um lindo penteado se a própria pele não estava em harmonia com tanta beleza, é certo que limpa e sedosa ela se encontrava, mas para aqueles primeiros sinais tão indesejados ao passar das primaveras a Helena Rubinstein por meio da junção de óleos especiais, essências adstringentes e extratos de plantas raras, criou o CONTOUR-LIFT FILM³⁶, o qual reveste a pele com um “film” invisível, recuperando toda a firmeza da pela na juventude.

A HELENA RUBINSTEIN ainda proporcionava também a solução para doze problemas de beleza: pele flácida, pele seca, linhas e rugas, pele sensível, pele cansada, poros obstruídos, espinhas, cabelos sem reflexo, cabelos sem brilho, caspa e mãos ressecadas, afinal para Helena Rubinstein “não há mais problemas de beleza que sejam insolúveis”.³⁷

Mas para aquelas mulheres que não detinham o hábito de utilizar mais de um produto facial para atenuar os sinais do tempo, era só utilizar o creme RUGOL que “sozinho remove impureza dos poros, fortalece os tecidos, corrige o ressecamento ou oleosidade da pele, sendo perfeita base para a maquiagem”³⁸, garantindo o sucesso na conquista seja lá em quantas primaveras você se encontra.

Caso o creme RUGOL não desse muito resultado, ou se o tempo já tivesse passado rápido demais sem que fosse percebido a não ser para a aparência da cútis é claro, havia outro aliado na batalha do embelezamento, o ANGEL FACE³⁹ que sozinho já proporcionava o efeito de pó e base com textura mais leve que o pó de arroz, mas com alta fixação, com a novidade de não derramar e ter uma esponja própria, acabando

³⁶ O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.

³⁷ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

³⁸ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 1 de janeiro de 1955.

³⁹ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, em 13 de novembro de 1954.

assim com aquele transtorno de derramar e sujar as mãos ou mesmo de deixá-las engorduradas.

Agora, para aquelas que possuem a pele jovem e se encontram na tão temida fase da adolescência, período o qual a pele coloca as suas asinhas de fora, ou melhor, as espinhas de fora, bastava utilizar VACINOSAN⁴⁰, uma vacina em forma de creme que combate qualquer tipo de erupção da pele regenerando os tecidos destruídos e assim renovando a cútis, deixando bela e saudável.

E se mesmo utilizando o VACINOSAN sua pele apresentar sinais do tempo e manchas ocasionadas pelas espinhas, nada como o creme ANTISARDINA, o qual renova e protege as células devolvendo a elasticidade normal “protegendo sua beleza” extinguindo “sardas, manchas, espinhas e rugas”,⁴¹ com ele você “descer o véu que encobre a sua cabeça”.

Vale salientar que não eram apenas as estrelas internacionais que davam conselhos e ditavam moda com propriedade, celebridades nacionais também desempenhavam este papel como Martha Rocha, a então Miss Brasil e vice Miss Universo “por duas polegadas” ao sugerir o uso do “seu” sabonete GESSY⁴² ou mesmo a Sra. Jorge Eduardo Guinle, considerada uma das 10 mais elegantes damas da sociedade brasileira declarando não dispensar o CREME C POND’S⁴³ para adquirir a aparência que deseja, entre outras.

Pra chegar mais próximo o possível de Hollywood, valia até mesmo fumar o cigarro intitulado de tal nome onde “a cada dia que passa mais pessoas mudam para Hollywood”⁴⁴ com todo charme e elegância que a prática que fumar representava, carregando ainda o título do paraíso tão sonhado dos espectadores.

Escolher um tecido que lhe caia bem também é de suma importância no se produzir para encontrar e conquistar o seu príncipe encantado, daí Rita Hayworth a qual sempre se apresenta bela ao escolher bem os tecidos que lhe modelam as linhas do

⁴⁰ idem

⁴¹ idem

⁴² Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 1 de janeiro de 1955.

⁴³ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 9 de dezembro de 1954.

⁴⁴ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 20 de novembro de 1954.

corpo, frisa tal importância ao pousar para a publicidade das casimiras KEDLEY, a qual “modela a sua beleza pessoal”.⁴⁵

Mas para um tecido lhe cair bem, é necessário que o corpo também esteja em forma, e para que isso fosse possível a jovem poderia praticar alguns exercícios físicos, pois nas décadas 40 e 50 a ginástica era sugerida a fim de modelar o corpo, dando-lhe características pertinentes ao seu gênero. Mas caso o problema fosse falta de energia, baixo peso, nervosismo, disposição para o trabalho, a solução era “o mais completo fortificante”: Biotônico Fontoura.⁴⁶

Entretanto, antes mesmo de um tecido que lhe modele as formas, é de suma importância utilizar um soutien que “se ajuste bem tanto ao busto quanto ao corpo” como o fazia o MAGIC-FORM NAILOTEX “com 3 tamanhos de conchas para cada manequim”⁴⁷ ou mesmo a lingerie VALISÈRE um “contato que é uma carícia”⁴⁸ e ainda para gozar de toda liberdade e assim não sem se descuidar das partes íntimas pratica primordial para uma mulher, bastava utilizar MODESS “a proteção higiênica da mulher moderna” e “para um conforto ainda maior, era só optar pelo Cinto MODESS”.⁴⁹

Mas caso não se identificasse com tal protetor sanitário havia também a dica da cordial MADAME X para mulheres inteligentes, modelo Liliput⁵⁰ que proporcionava toda facilidade ao ter o tamanho comprimido de uma caixa de fósforo, podendo ser transportado sem nenhum transtorno, para um passeio.

E por fim, o perfumar-se, e como não haveria de faltar em uma produção completa algumas gotas de RÊVE D'OR⁵¹ “o ouro das mais finas essências” garantindo todo poder de sedução a sua conquista, ou mesmo o EMBRUJO DE SEVILLA, da Myrurgia⁵² “capaz de afetar



⁴⁵ idem

⁴⁶ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 16 de outubro de 1954.

⁴⁷ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 20 de novembro de 1954.

⁴⁸ idem

⁴⁹ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

⁵⁰ Idem

⁵¹ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 20 de novembro de 1954.

até os olfatos mais exigentes” ou até mesmo optar também no corpo, por um produto da Helena Rubinstein, a tão agradável FLOR DE MAÇÃ.⁵³

Para aquelas que não tinham como adquirir os poderosos produtos de beleza que o mercado de cosméticos disponibilizava, por mais que os mesmos sempre apresentassem outras opções mais baratas, seja em uma embalagem mais simples ou em menor conteúdo, a revista O Cruzeiro disponibilizava para as leitoras, não apenas essas publicidades apresentadas de forma condicionadora, mas também dicas alternativas nos quadros “Elegância e Beleza” e “Da Mulher para a Mulher”.



Tais dicas não se remetiam unicamente na questão de produtos alternativos, mas também a modos de comportamento a serem seguidos “seja elegante em sua intimidade, e isso lhe fará bem e contribuirá para manter em todas as horas a sua segurança”⁵⁴, e atitudes a serem tomadas: aconselha-se aos namorados a tomarem providências antes de por as moças a questionamentos desconcertantes, até mesmo dentro do âmbito familiar, “então esse casamento sai ou não sai?” “quando é que se comem os doces”⁵⁵.

Ou até mesmo levantavam esperanças como no caso dos tão indesejados cabelos grisalhos “o cobre, este precioso metal que enfeita a nossa casa e tão útil é em nossa cozinha, conseguiria devolver aos cabelos brancos a sua cor natural”⁵⁶ isso acrescentando em seu consumo alimentos a base de cobre.

Mas ainda direcionada à beleza dicas para manter as mãos sempre belas no meio de tantos afazeres, advertia-se “use luvas” as quais possuem fôrro por todo comprimento, e apresentam uma textura externa tipo escama de peixe, a



⁵² Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, em 4 de dezembro de 1954.

⁵³ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

⁵⁴ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

⁵⁵ O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.

⁵⁶ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

fim de dar mais segurança no segurar de objetos delicados, sendo indicadas para todos os serviços domésticos, como na visualização de seu uso ao lado.

Por mais que estimulassem os produtos de embelezamento, apareciam também conselhos no intuito de alertar aos leitores a observar as suas verdadeiras “proporções” se realmente se adequavam ao uso dos modelos, cores e tendências da moda, afim de não resultar numa desarmonia no “conjunto da obra”, afinal sem harmonia nada dava certo.

As devidas colunas por mais que fossem direcionadas ao público feminino, por serem baseadas em dúvidas de leitores, submetiam também a questionamentos masculinos enviados por cartas, mas em sua maioria, tais leitores permaneciam no anonimato. “Escreve-nos um rapaz cuja noiva acaba de desfazer o compromisso e então nos afirma que, apesar da moça dizer o contrário, ele acha que seriam felizes se se casassem”.⁵⁷

Dessa forma também, as publicidades não se prendiam apenas aos desejos femininos em se embelezar a fim de sair conquistando a todos. Havia também aquelas direcionadas ao público masculino, mas sempre puxando para a questão do atrair o sexo oposto. Deste modo, da mesma forma que uma propagando de um óleo capilar ou sabonete perfumado apresentava geralmente um casal contemplando-se, o BRYLCREEM também o fazia.



Isso porque BRYLCREEM era “o mais perfeito fixador de cabelo”⁵⁸ deixando o homem “sedutoramente penteado” e por “menos de 10 centavos” você ainda fazia sua barba com o creme de barbear WILLIAMS, o qual “ensopa e amacia a barba”⁵⁹.

E se mesmo assim você se perguntar “porque ele é mais notado?”⁶⁰ saiba que é devido ao uso do ÓLEO COLGATE que “mantém seu cabelo brilhante, macio e bem

⁵⁷ O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.

⁵⁸ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

⁵⁹ idem

penteados” e ainda a extensão da linha com a BRILHANTINA COLGATE, a única que contém Kolasterol, dando brilho, beleza e maciez aos cabelos, afinal, “você é quem brilha com a BRILHANTINA COLGATE”.⁶¹ Por fim, bastava utilizar a linha EPSON⁶² que disponibilizava roupas e cuecas para qualquer ocasião e calçar um CONGA “a sola que não descola” recusando imitações, é claro.



Entretanto, as propagandas não se direcionavam apenas e exclusivamente ao âmbito da beleza, havia como ainda há, aquelas que mostram as últimas novidades para facilitar a vida da dona-de-casa, ou mesmo de transportes para o mundo masculino, sendo assim, falaremos adiante desse “utensílios” representantes do *american way of life* (*modo de vida estadunidense*, que começava a ser adotado no Brasil após a Segunda Guerra Mundial) afim de produzi-los e retirar a desconfiança que rondava em torno de alguns produtos.



Muitas aproveitavam a época de fim de ano para indicar seus produtos como o presente ideal a ser dado perante a satisfação a ser resultada. “Ela só terá palavras para expressar sua alegria com os aparelhos domésticos ARNO... liquidificador, panela expressa e batedeira... produtos ARNO presentes que ficam... uma satisfação permanente”⁶³. Ou

mesmo a concorrente General Electric indicava também “presentes úteis, estudados detalhe por detalhe para proporcionar conforto ao seu lar... enceradeira, grill automático e ferro automático”.

Portanto, apreendemos outra forma de utilização da figura feminina como meio de convencimento não apenas para conquistar o “amor-perfeito” e se transformar na mais encantadora mulher, mas também mostrar o seu outro encanto no ambiente em que ela teria a obrigação de brilhar e deixar brilhando nos anos citados mesmo que na

⁶⁰ O Cruzeiro, 11 de dezembro de 1954.

⁶¹ idem

⁶² O Cruzeiro, em 13 de novembro de 1954.

⁶³ O Cruzeiro, 27 de novembro de 1954.

década de 60 ela consiga se desprender um pouco da cozinha em alguns momentos. A indústria de eletrodomésticos se apropria da imagem da sua maior consumidora.

E é por ser nomeada a “rainha do lar” pela mídia, que a mulher é a modelo indispensável nesse tipo de anúncios, mostrando-a satisfeita com todos aqueles aparatos que transformavam o seu serviço diário não mais em tormento mais em um verdadeiro



“dia de folga” ao menos assim dizia o sabão RINSO, o qual deixava “roupa mais branca pela metade do trabalho”,⁶⁴ “trabalhar na cozinha é um prazer... quando se tem um exaustor CONTACT... por apenas Cr\$ 3,00 de energia por mês!”⁶⁵



O OMO então, “onde cai a sujeira sai” provocando um milagre no tanque, a sua publicidade na década de 60 vai mais a fundo na coroação das verdadeiras rainhas do lar, que utilizam OMO nas lavagens de suas roupas tornando-se mulheres

brilhantes com roupas brilhantes.

O interessante nessa publicidade é observar também que em tal período as mulheres passaram a se ausentar mais do âmbito familiar ao se introduzirem no mercado do trabalho. Sendo assim, numa sociedade em que uma mulher competindo com um homem era sinônimo de absurdo, os produtos de limpeza passam a homenageá-las a fim de mostrar onde realmente elas eram rainhas, não necessitando procurar outros meios de realização.



⁶⁴ O Cruzeiro, 28 de agosto de 1954.

⁶⁵ O Cruzeiro, 4 de setembro de 1954.



Para o mundo masculino, nada como o meio automobilístico para conquistá-lo, para aqueles que queriam mais facilidade e mais economia a LAMBRETA era indicada, pois “na vida moderna... desempenha qualquer atividade”⁶⁶, ou algo mais sofisticado com o “novo toque de elegância na moderna paisagem brasileira”⁶⁷ com carro rabo-de-peixe SIMCA CHAMBORD.

As estratégias de publicação moldavam práticas de leitura, criando, em consequência, novos gêneros de textos e novas fórmulas de publicação e divulgação. Ao diversificar a forma e o conteúdo dessa imprensa semanal alarga-se, a rigor, esse auditório fugaz e nem sempre visível. Cada nova publicação cria novas formas de organização e de transmissão dos textos, consolidando uma certa cultura escrita.

Sendo assim, podemos perceber o papel se suma importância que a mídia escrita vista nas revistas desenvolve, sendo capaz de criar e moldar as identidades femininas e masculinas, isso por meio de suas publicações, desenvolvendo desejos e incorporando modelos vistos ao passar das páginas.

Mas não unicamente as revistas detêm a capacidade de desenvolver um processo de formação de identidades particulares, há outros campos de formação da mesma. As identidades se formam em contato com qualquer lugar em que se esteja inserido, seja na escola, no trabalho, na igreja, etc. Enfim, somos seres mutáveis e absorvemos, por meio é claro de uma seleção de interesses próprios, características do meio, o que não implica dizer que todos absorvem e entendem da mesma forma o que é passado.

⁶⁶ Propaganda veiculada na revista O Cruzeiro, em 20 de novembro de 1962

⁶⁷ Idem

DESCENDO A CORTINA OU VIRANDO A ÚLTIMA PÁGINA

A TV, pois é, por incrível que pareça a televisão foi a maior inimiga das estrelas de cinema afinal, nela não se dispunha mais de mecanismos de filtro de câmeras e retoques nas fotos, como assim era praticado para a publicação de uma imagem. A TV mostrava que o tempo não para e ate mesmo mostrava que ele havia passado rápido ate demais para alguns atores de Hollywood.

Dessa forma, os truques vinham de “água a baixo”, e a publicidade assim não mais tinha todo e total convencimento de mostrar a mágica da transformação adquirida por meio de suas dicas indispensáveis a toda e qualquer moça que se preze.

Mas não podemos culpá-la de ser tão e somente responsável pela fase de esgotamento do star system, podemos entender essa modificação não na vitória de uma disputa entre ambas as partes, mas no esgotamento de um estilo. Não foi especificamente um agente externo, mas o desgaste e desarticulação do próprio star system.

Nada mais de limusines e casacos de pele, o novo astro possuía um estilo wear, incorporando as tendências do rock vigentes a partir da década de 60, um estilo mais solto, casual de certa forma, mais acessível a todos.

Mas os atores que conseguiram o seu estrelato nas décadas de 1940 e 1950, são sem sombra de duvida referências imortais tanto para o público, quanto para os artistas que se seguiram. Seus gestos, suas atitudes, seus encantos tudo fruto de um sonho que até hoje em dia são intocáveis.

Figuras como Marilyn Monroe quente e sensual, James Dean e sua juventude transviada, Audrey Hepburn e seus encantos, Barbara Stanwick e toda sua “experiência”, Marlon Brando e sua camisa branca que ate hoje dita moda, Rita Hayworth com seus cabelos ao vento, Ingrid Bergman e seu morrer de amor e até

mesmo Dóris Day e “virgem perpétua” são referências a todos que viram ou amam o cinema.

Afinal quem nunca ouviu falar em um desses artistas já citados, ou de cenas de alguns filmes como a clássica de “Cantando na Chuva” em que Donald O’Connor gira em um poste cantando, ou mesmo a saia de Monroe subindo “sem querer”? Sim, a resposta sem dúvida é sim e isso deve-se agradecer ao star system ao nos ditar alguns comportamentos pertinentes a alguns artistas, gerando perfis.

As revistas, as músicas, os filmes segundo criaram elementos, na medida em que os signos do âmbito cinematográfico, recorrente por outros campos que não os dos filmes resultam em estratégias produtivas. Mas nunca um padrão, afinal não há um padrão fixo e imutável, há representações pertinentes a cada período, umas com a capacidade de se desenvolver de imediato, outras repudiadas até mesmo hoje em dia.

Assim, a relação cinema-espectador não se dá por meio de “influências determinantes”, tudo é fruto de um contexto, entendendo os espectadores não como um grupo, mas como um algo mutável, seus valores e estilos também mudam, e não só os padrões das telas.

Mas de ontem e de sempre, sonhar em ser como as secretárias que tiravam os óculos, soltavam os cabelos e tornavam-se exuberantes, ou mesmo com as que se casavam com os seus patrões; com os badboys que criavam estímulo e “tomavam jeito” por meio de um amor; em ser uma pessoa comum que do nada é “descoberta” e vira a “bam bam bam” de Hollywood, ou ainda tornar-se irresistível com um simples olhar.

Tudo isso e mais um pouco pode ser percebido no filme *Abaixo o Amor* (2003) o qual se passa na década de 60 e apresenta duas revistas rivais, disputando a preferência do público, sendo uma masculina e outra feminina, mas ambas direcionadas ao mesmo público, as mulheres. Nele, observa-se a tamanha importância que tal mecanismo midiático promove na formação de identidades, como também mostra o ser possível de todos os sonhos citados no parágrafo anterior.

As revistas assim são veículos que ajudavam a consolidar, semanalmente, o que os espectadores e espectadores viam esporadicamente no cinema. Afinal, o cinema de ontem não era como o de hoje que se tem acesso todos os dias com opções de diversos

filmes em cartaz ao mesmo tempo. Não havia tamanha facilidade, entretanto, havia a magia, a qual era despertada e divulgada por meio de tais revistas.

Nelas os espectadores de maneira geral tinham acesso não unicamente a detalhes dos filmes, mas também a vida dos artistas que representavam papéis contagiantes, os seus “truques” de beleza, o seu comportamento fora das telas, os seus relacionamentos e os seus escândalos. Tudo isso, afim de consolidar semanalmente o que o cinema apresentava, auxiliando na sua divulgação.

Nosso maior intento, e acreditamos tê-lo alcançado, neste trabalho, é abrir espaço para a discussão acerca de observar os filmes como formadores de identidades de arte nos trabalhos dos cursos de História. Este trabalho procura despertar esse desejo, e possibilitar que outros historiadores se motivem a enveredar pelas delícias que tal prática pode nos oferecer juntamente com a sua promoção pelas tão admiráveis revistas.

FILMES CITADOS

Abaixo o Amor (Down With Love), 2003, dir. Peyton reed,

c/ Ewan McGregor e Renée Zellweger.

Bonequinha de Luxo (Breakfast as Tiffany's), 1961, dir. Blake Edward,

c/ Audrey Hepburn e George Peppard.

Cantando na Chuva (Singin' in the Rain), 1952, dir. Stanley Donen,

c/ Debbie Reynolds, Donald O'Connor e Gene Kelly.

Carícias de Luxo (That touch of mink), 1962, Dir. Delbert Mann,

c/ Doris Day, Cary Grant

Casablanca (idem), 1942, dir. Michael Curtiz,

c/ Humphrey Bogart e Ingrid Bergman.

A Costela de Adão (Adam's Rib), 1949,

c/ Katherine Hepburn e Spencer Tracy.

A Dama de Shanghai (The Lady from Shanghai), 1948, dir. Orson Welles,

c/ Orson Welles e Rita Hayworth.

O Destino Bate a sua Porta (The postman Always rings twice), 1946, dir. Tay Garnett,

c/ John Garfield e Lana Turner.

... E o Vento Levou (Gone With the Wind), 1939, dir. Victor Fleming,
c/ Clark Gable e Vivian Leigh.

Gilda (idem), 1946, dir. Charles Vidor,
c/ Glen Ford e Rita Hayworth.

Os Homens Preferem as Loiras (Gentlemen Prefer Blondes), 1953, dir. Howard Hawks
c/ Charles Coburn, Jane Russell e Marilyn Monroe.

Janela Indiscreta (Rear Window), 1954, dir. Alfred Hitchcock,
c/ Grace Kelly e James Stewart.

Liberta-te Mulher (A Woman Rebels) 1936, dir. Mark Sandrich,
c/ Elizabeth Allan, Herbert Marshall e Katharine Hepburn.

Lisbela e o Prisioneiro (idem), 2003, dir. Guel Arraes.
c/ Débora Falabella, Selton Mello.

Marnie, Confissões de uma Ladra (Marnie), 1964, Alfred Hitchcock,
c/ Sean Connery e Tippi Hedren.

A Mulher de Satã (Miss Sadie Thompson), 1953, dir. Curtis Bernhardt,
c/ Rita Hayworth.

Pacto de Sangue (Double Indemnity), 1944,

c/ Barbara Stanwyck, Edward G. Robinson e Fred MacMurray

O Pecado Mora ao Lado (The Seven Year Itch), 1959, dir. Billy Wilder,

c/ Marilyn Monroe e Tom Ewell.

Quanto Mais Quente Melhor (Some Like It Hot), 1959, dir. Billy Wilder,

c/ Jack Lemmon, Marilyn Monroe e Tony Curtis.

Sabrina (idem), 1954, dir. Billy Wilder,

c/ Audrey Hepburn, Humphrey Bogart e William Holden.

Serpentes de Luxo (Baby Face), 1933, dir. Alfred E. Green,

c/ Barbara Stanwyck, Donald Cook e George Brent.

Sombras do Passado, (Red Dust), 1932,

c/ Clark Gable e Jean Harlow.

Uma Aventura na Martinica (To Have and Have Not), 1944, dir. Howard Hawks,

c/ Humphrey Bogart e Lauren Bacall.

Uma Rua Chamada Pecado (A Streetcar Named Desire), 1951, dir. Elia Kazan,

c/ Marlon Brando e Viviean Leigh.

Um corpo que Cai (Vertigo), 1958, dir, Alfred Hitchcock,
c/ James Stewart e Kim Novak.

A Vida em Preto e Branco (Pleasantville), 1998, dir. Steven Soderbergh
c/ Joan Allen, Reese Witherspoon e Tobey Maguire.

Vinhas da Ira (The Grapes of Wrath), 1940, dir. John Ford,
c/ Henry Fonda, Jane Darwell e John Carradine.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARISON**, Osvaldo Luís. O Inconsciente da Moda: psicanálise e cultura caipira. ✖ Psicol. USP, v. 10, n.1, São Paulo, 1999.
- BRAGA**, João. Reflexões sobre a Moda, v. 1. 3ª.ed. rev – São Paulo:Anhembi Morumbi, 2006.
- CALLAN**, Georgina O’Hara. Enciclopédia da Moda. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CERTEAU**, Michel de. *A Invenção do Cotidiano. Artes de fazer*; Tradução de Epharaim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- _____. “A operação historiográfica”. In: *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.
- CHARTIER**, Roger. A História Cultural: entre práticas e representações, trad: Maria Manuela Galhardo, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990
- FERRO**, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro, Paz e Terra,1992.
- FOUCAULT**, Michel. *Vigiar e punir*.Tradução de Raquel Ramalhete.Petrópolis, Vozes, 1987.
- _____. *Microfísica do poder*. 21 ed., Rio: Graal, 2005.
- ✖ **LAVER**, James. A Roupas e a Moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras,1989.
- ✖ **LIPOVETSKY**, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- ✖ _____ . A Terceira Mulher. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- ✖ **MALUF**, Mariana & **MOTT**, Maria Lúcia. “recônditos do Mundo Feminino”. In: História da Vida Privada no Brasil: da belle Époque a Era do Rádio, v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 368-421.
- ✖ **MATOS**, Maria Izilda S. de & **SOIHET**, Rachel (orgs). Uma Breve História das Representações do Corpo Feminino na Sociedade. São Paulo: UNESP, 2003. p. 243-245.
- ✖ **MENEGUELLO**, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. São Paulo: ed. UNICAMP, 1996.
- OLIVEIRA**, Iranilson Buriti de. Outras Linguagens no Ensino de História: moda, gênero e a prática pedagógica . O Professor,2006, n. 93, III serie, maio-julho, pp. 27-31.

ORTIZ, Renato. “Luxo e Consumo”. In: Cultura e Modernidade. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1991. p. 121-179.

PERROT, Michelle. Minha História das Mulheres. São Paulo, Contexto, 2007.

REIS, José Carlos. Escola dos Annales: a inovação em história. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

✦ **ROCHE, Daniel.** “Vestuário e Aparência”. In: História das Coisas Banais. Rio de Janeiro: Rocco, 1990. p. 256-291.

SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. Como se produz uma mulher! Revista MNEME, v. 7, n. 15.

SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. Sob um céu nem sempre estrelado. Revista historia hoje, v. 1, n. 1, 2003

✦ Exemplos das revistas **O Cruzeiro** contidos no Museu Histórico de Campina Grande