

**“MULHER BRASILEIRA EM PRIMEIRO LUGAR”: UM BREVE ESTUDO DA
IMAGEM DA MULHER BRASILEIRA EM REVISTAS GENERALISTAS
PORTUGUESAS**

Simone Formiga

Doutora em Design pela FBAUP

simone.formiga@infolink.com.br

Resumo

A partir do conceito de identidade visual que estabelece a forma como determinante, o estudo olha para o corpo humano como um objeto passível de ser projetado e demonstra que pessoas públicas, principalmente atores, tornam-se objetos de consumo construídos a partir de um “projeto”. Através desses conceitos, o estudo analisa imagens de duas atrizes brasileiras retiradas de duas revistas generalistas portuguesas e verifica a intenção de atribuir à “brasilidade” da atriz representada características que não correspondem à sua *persona*. O conceito de *persona* utilizado é o do cinema em que o imaginário público do ator influencia na construção de determinada personagem e esta poderá ser alterada por cada papel do ator, a *persona* é, portanto, coadjuvante na composição da personagem, mas também é por esta modificada. A intertextualidade relativa à criação da *persona* do ator vazada para outras representações, inclusive a da mulher, é a linha condutora do estudo. O trabalho é fruto da tese de doutoramento da autora intitulada **As representações nas vossas cabeças: sobre o estereótipo da mulher brasileira que habita o imaginário português**, defendida na FBAUP em junho de 2016, orientada pelo Professor Heitor Alvelos e coorientada pelo prof. Luiz Antonio Luzio Coelho.

Palavras-chave: identidade, *persona*, brasilidade, intertextualidade, representação.

Um ponto de partida

Muito se tem discutido acerca do conceito de identidade e dos processos identitários. Essas abordagens costumam pertencer ao campo dos estudos culturais. A

proposta neste trabalho é trazer o conceito de identidade pertencente ao campo do Design. Parto do conceito de identidade visual de Gilberto Strunck.

‘A identidade visual é um conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, idéia, produto ou serviço. Esses elementos agem mais ou menos como as roupas e as formas de as pessoas se comportarem. Devem informar, substancialmente, à primeira vista. Estabelecer com quem vê um nível de comunicação.’ (STRUNCK; 2007, p.57)

A forma é fator determinante na construção de identidades. “A identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais”. (PEÓN; 2009, p.10) Ao propor para a pesquisa de doutorado analisar fotografias de atrizes/celebridades brasileiras retiradas de revistas generalistas portuguesas, defini que as imagens seriam denominadas artefatos visuais e as identidades ali representadas seriam delineadas “pelos sentidos representativos do objeto a conceitos predefinidos, como é o caso da ‘imagem marca’”. Nesse caso, os sentidos representativos das atrizes estariam relacionados às suas aparências, ou seja, às suas exterioridades. Pessoa e objeto, então, “são equiparados (pessoa aqui equivale a objeto porque é abordada em sua forma, passível de projeção da realidade externa como qualquer objeto)”. (COELHO; 2001, p.157 e 158)

Quando um sistema de identidade visual é projetado, faz-se uso de elementos simbólicos “capazes” de representar determinados valores atribuídos à marca, ou definidos como pertencentes ao conceito da marca em questão. Neste trabalho busco identificar elementos simbólicos utilizados na construção das imagens selecionadas que, de alguma forma, auxiliam na fabricação das identidades e, conseqüentemente das *personas*. “Os elementos simbólicos e os artefatos culturais são determinantes na investigação das identidades visuais no sentido de realizar interpretações sobre o conteúdo imagético representado. Tem-se como ponto fundamental que toda imagem tem um sentido cultural, sobretudo quando se trata de pessoas e grupos”. (SILVA; 2007, p.615)

As imagens selecionadas foram retiradas das revistas portuguesas **Focus** e **Sábado**. A revista **Focus** possui uma seção intitulada “**O que eles dizem**”, uma parte da revista em que celebridades aparecem com frases ditas em situações não contextualizadas. As frases são acompanhadas da referência, ou seja, de onde foram publicadas, mas não

possuem a indicação de quando foram ditas ou publicadas. As imagens, na maioria das vezes, são de arquivo da própria editora, no caso a **Impala**, e também não possuem referências temporais. Este fato faz com que o texto verbal possa não estar de acordo com o imagético já que a imagem impressa pode não corresponder à época em que a frase proferida pela atriz em questão foi dita.

A revista **Sábado** possui duas seções representativas acerca de celebridades, uma delas é chamada pela revista de “**Frases**”, que muito se assemelha à seção “**O que eles dizem**” da **Focus**. Nessa seção da **Sábado**, há frases sem imagens, coisa que na **Focus** não encontramos. As frases também possuem referências, ou seja, de onde foram retiradas, e as imagens são assinadas. No entanto, nem as frases nem as imagens possuem referências relativas às datas em que foram ditas e/ou publicadas. A outra seção da **Sábado** intitula-se “**Figuras**”. Nela são encontradas fotografias de celebridades portuguesas e internacionais e há sempre uma seleção de celebridades femininas que ganham destaque na página. O nome da celebridade aparece em evidência e, geralmente, há um tema comum que, aparentemente, estabelece o critério de escolha das celebridades ali estampadas. Acompanham as imagens de cada uma delas um texto explicativo que disserta acerca do tema geral daquela seção naquela edição.

As atrizes escolhidas foram: Carolina Dieckmann (personagem: Diana Rodrigues da novela **Passione, SIC** – maio de 2010 a abril de 2011) que aparece na **Focus** nº 573 (6 a 12 de out. de 2010) e na **Sábado** nº 336 (7 a 13 de out. de 2010) e Grazi Massafera (personagem: Livia da novela **Negócio da China, SIC** – setembro de 2010 a fevereiro de 2011), **Focus** nº 595 (9 a 15 de mar. de 2011) e **Sábado** nº 358 (10 a 16 de mar. de 2011).

O motivo para as escolher foi o fato das duas atrizes, na época das edições das revistas, pertencerem ao elenco de telenovelas brasileiras da **Rede Globo de Televisão** que estavam sendo transmitidas - ou haviam terminado recentemente - pelo canal de televisão português **SIC**. As frases ditas por cada uma delas são as mesmas nas duas revistas, no entanto as imagens são diferentes e não correspondem às aparências de suas personagens nas novelas.

‘O ator, em particular, constitui um verdadeiro objeto de consumo, criado a partir de um “projeto” que leva em consideração características de mercado e de uso. Da mesma maneira que a forma do objeto representa finalidade utilitária ou nível socioeconômico do usuário, atores são “talhados” para representar assassinos, policiais ou heróis românticos para o público. A construção do ator pode, então, ser observada a partir da *persona*.’ (COELHO; 2001, p.161)

Um conceito

Tomemos como ponto de partida a imagem no cinema narrativo. Imagem aqui não é vista como representação, ou seja, algo no lugar de, é vista “como a do ‘fenômeno fantasmático’, como trata a teoria cinematográfica, das figuras em movimento na tela e sua relação com a imagem enquanto ‘personificação de personagem’”. (Idem)

‘No primeiro caso (imagem = fantasma = fenômeno fisiológico), já pressuporíamos uma veiculação do ser através dessa imagem, sendo este um ser ontológico do objeto identificado como tal (sua presentificação). Isto é, corresponderia à primeiridade peirceiana de reconhecimento de algo, humano ou não. (...) No segundo caso (imagem = encenação), o ser ganha, certamente, profundidade psicológica e complexidade de sentido dentro da *diegese*. É dele que falamos aqui.

A questão trazida para o cinema parece inspirar uma relação dessa primeira imagem fantasmática com uma “subjetividade” da personagem, tida como uma construção, em parte consciente, que passa pelo que se convencionou chamar de *persona* do ator contemporâneo. (Idem)

Assim, no cinema, *persona*, corresponde a um imaginário público do ator, que vai influenciar tanto na construção de determinada personagem quanto poderá ser alterada por esta a cada papel do ator. A *persona* é, portanto, coadjuvante na composição da personagem, mas também é por esta modificada, dando uma existência quase que autônoma àquela, correndo paralela à vida do ator.’ (Ibid. P.162)

Os artefatos visuais selecionados para este estudo são parte integrante do *corpus* da minha tese de doutoramento que investiga as representações midiáticas do estereótipo da mulher brasileira que habita o imaginário português. A principal hipótese do estudo, que foi confirmada, é que esse estereótipo serve, também, como um mecanismo simbólico de contraste perante uma virtuosidade que se pretende atribuir à mulher portuguesa. Logo, a proposta aqui é ler as imagens e verificar se há alguma intensão de atribuir à “brasilidade” das atrizes representadas características que não correspondem às suas *personas*.

As novelas brasileiras possuem grande penetração em Portugal. Fala-se, inclusive, em um Portugal antes e outro pós a exibição de **Gabriela** em 1977. Até os dias de hoje as telenovelas brasileiras atraem a atenção dos telespectadores portugueses. Em 1977 a televisão portuguesa sofre uma reestruturação e uma reformulação de programação.

‘É nessa conjuntura que surgem dois programas. *A visita da Cornélia* (um concurso *reallity show*) e a telenovela brasileira *Gabriela, Cravo e Canela*, que alterarão o percurso da televisão em Portugal ao mesmo tempo que anteciparão e simbolizarão a emergência de uma nova sociedade e estilos de vida centrados no consumo e nos *Media*.’ (CUNHA; ?, p. 7)

Além do interesse do povo português por nossa produção tele novelística, existe, também, a imagem de brasilidade que povoa o imaginário português. O Brasil é visto como um paraíso tropical onde o clima quente, praticamente durante o ano inteiro, propicia o uso de pouca roupa, liberdade sexual, clima festivo, etc.. Brasilidade está, com certeza, associada à alegria, espontaneidade e sensualidade.

A imagem da mulher brasileira acaba por ser construída a partir desses atributos de “brasilidade” que são, também, decorrência do movimento migratório, iniciado nos fins da década de 90, de mulheres brasileiras que “vão” para Portugal “ganhar a vida” e acabam por ir trabalhar nas casas de alterne ou se prostituem.

Luciana Pontes (2004), pesquisadora brasileira que realizou seu mestrado em antropologia na Universidade Nova de Lisboa e estudou o processo de exotização das mulheres imigrantes brasileiras, comenta em um artigo publicado nos **Cadernos Pagu**, o caso das “Mães de Bragança”, que ilustra bem a questão. Em Bragança, cidade pequena que fica ao nordeste de Portugal, quase na fronteira com a Espanha, “um grupo de mulheres portuguesas, após descobrir que seus maridos freqüentavam boates ligadas à prostituição e nas quais as brasileiras estariam sobre-representadas, dirigiu às autoridades locais um abaixo-assinado reivindicando a expulsão das prostitutas brasileiras/imigrantes ilegais.” O curioso é que o fato ganhou espaço na mídia internacional e foi capa da **Times** europeia.

‘(...) se, por um lado, as queixosas eram associadas aos atributos femininos próprios da “Mãe” (oposto complementar da imagem de prostitutas atribuída às mulheres brasileiras), por outro, às brasileiras foram atribuídas as conotações de sua profissão: vida dissoluta, ganância, vaidade, sexualidade voraz e ameaçadora, corruptora da ordem social.’

‘Às mulheres brasileiras foi atribuído “um fantástico poder de sedução advindo ora da feitiçaria, ora de um extremo cuidado com a aparência” retirando, assim, qualquer culpa dos homens portugueses.’ (PONTES; 2004, p.247 e 248)

Em seu artigo, a autora cita, ainda, diferenças nas representações entre as mulheres imigrantes brasileiras e as mulheres portuguesas. Luciana fala da Lusofonia como “um lugar de projeções identitárias genéricas, em que a alteridade exótica, a tropicalidade e a alteridade sexual (todas mercantilizáveis), associadas ao Brasil, são submetidas às identidades portuguesas à maneira lusotropicalista” (Ibid., p. 235)

A pesquisadora, em seu trabalho de campo, observou que as mulheres brasileiras são consideradas mais alegres, mais quentes na cama, mais simpáticas e mais acessíveis e possuem o corpo mais sinuoso. (Ibid., p. 241) Em contrapartida, as mulheres portuguesas são consideradas, por seus entrevistados portugueses, como arrogantes, agressivas, dominadoras e conservadoras. (Ibid., p. 242)

A análise

Se concordamos com Silva quando afirma que:

‘Interpretar as representações estéticas das identidades e os conteúdos simbólicos contidos em imagens é uma forma de classificar e categorizar sociologicamente os elementos identitários, respeitando seu sentido social e seu contexto cultural. Isso é uma forma de se utilizar as imagens como um modelo de pronunciamento, uma narrativa visual por meio da qual valores estéticos e documentais são representados e passíveis de interpretação, ou seja, passíveis de uma hermenêutica visual.’ (SILVA; 2007, p. 611)

Podemos dizer, então, que interpretar as imagens selecionadas buscando identificar os conteúdos simbólicos e verificar se tais conteúdos indicam a existência de uma classificação ou categorização de elementos identitários que configurem brasilidade é uma maneira de realizar a leitura de um discurso pautado na visualidade. Os artefatos visuais selecionados para este trabalho não demonstram, de imediato, um contexto capaz de localizá-las no tempo e no espaço. Foi verificado, a partir de pesquisa realizada em <http://memoriaglobo.globo.com>, que as imagens não correspondem às caracterizações físicas das atrizes na época em que suas personagens estavam presentes nas telas das televisões portuguesas. Como já foi dito, as imagens selecionadas o foram, exatamente, por representarem atrizes brasileiras, que na época da publicação, estavam atuando (Carolina Dieckmann), ou tinham acabado de atuar (Grazi Massafera) em novelas brasileiras exibidas em Portugal.

Silva, citando Barthes, afirma que “a relação entre imagem simbólica e imagem literal e o processo de conotação e denotação nas interpretações das imagens deve respeitar os conteúdos de significações que acompanham esteticamente o que é visto”. (Idem) Neste caso, os “conteúdos de significações” são, também, outros elementos contidos na página em que as atrizes aparecem representadas, pois configuram destaque, ou não destaque e maior ou menor importância dos textos imagéticos e verbais selecionados. Considero, ainda, como conteúdo de significação o fato das fotografias impressas nas revistas não corresponderem com as caracterizações físicas das personagens em questão. Abaixo imagens (figuras 1 e 2) que demonstram este fato.

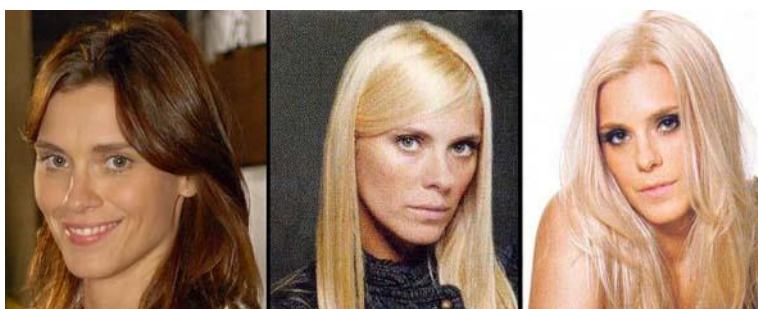


Figura 1: Carolina Dieckmann, da esquerda para a direita, atuando na novela **Passione**, foto publicada na revista **Focus** nº573 e foto publicada na revista **Sábado** nº336.



Figura 2: Grazi Massafera, da esquerda para a direita, atuando em **Negócio da China**, foto publicada na revista **Sábado** nº 358 e foto publicada na revista **Focus** nº595.

Silva, ainda citando Barthes, fala do processo de interpretação em que as “mensagens simbólicas e literais presentes na composição de uma imagem devem ser sobrepostas umas às outras para que seja possível o desenvolvimento do universo de significação estética que está presente no conteúdo da imagem”. (Idem) Adiciona o pensamento de Bittencourt para afirmar que “esse processo de sobreposição compõe uma base de interpretação da leitura das imagens, pois é a partir desta que se torna possível a identificação do conteúdo de significação das mesmas e, com isso, o pronunciamento visual que as imagens compõem.” Segundo ele, é com o entendimento entre a imagem

produzida e a interpretação da mesma que se dá o “tal pronunciamento visual”. (Ibid; 2007; p. 611 e 612) “Ao reconstruir a mensagem simbólica representada na imagem, o espectador trata a imagem como um pronunciamento visual e indica, dessa forma, as outras dimensões de significação que podem ser atribuídas à imagem”. (SILVA; 2007, apud BITTENCOURT, 2001, p.612)

Isso dá à fotografia um caráter de mão dupla. Por um lado, ela expressa declarações imagéticas que ganham significações analíticas pela visão de mundo do fotógrafo no ato de documentação e registro do que foi visto por ele; por outro, ela é um campo de interpretação reflexivo sobre a representação cultural dos registros nelas contidos pelo seu intérprete/analista. (Idem)

Se olharmos para nossos artefatos visuais a partir deste pensamento, podemos dizer que somado à visão de mundo do fotógrafo “no ato de documentação e registro” há outras imbricações como, por exemplo, a maquiagem, a indumentária e os demais elementos que compõem seus “visuais”. É fato, também, que a postura corporal deve ser considerada como parte integrante desse processo de significação. Todo esse contexto, geralmente, é construído não só pelo fotógrafo, mas por toda uma equipe de profissionais, maquiadores, estilistas e produtores de moda.

Devemos, também, pensar acerca do “campo de interpretação reflexivo sobre a representação cultural dos registros nelas contidos pelo seu intérprete/analista”, ora, neste caso temos imagens elaboradas por fotógrafos, provavelmente brasileiros, que “fotografaram” as atrizes segundo uma determinada demanda. Essas fotos foram parar em um arquivo que, possivelmente, foi vendido, cedido ou intercambiado com as revistas portuguesas¹. Pressuponho que essas não eram as únicas imagens disponíveis, logo, devemos levar em consideração, também, o olhar de quem fez a escolha das imagens. Essa pessoa realizou, mesmo que inconscientemente, uma “interpretação reflexiva sobre a representação cultural dos registros nela contidos”. Neste caso, não podemos esquecer que a “visão de mundo” é fruto de seu meio social e, provavelmente, baseada nos parâmetros estabelecidos pelas linhas editoriais das revistas. As revistas são portuguesas e buscam reproduzir parâmetros que demonstrem seu posicionamento ideológico. A partir, então, desses conceitos, realizei a leitura das imagens.

¹ As imagens retiradas da Revista **Focus** não possuem assinaturas e nem referências às fontes. As imagens retiradas da Revista **Sábado** fazem crer terem sido compradas de bancos de imagem. A fotografia de Grazi Massafera possui uma assinatura, **BRAINPIX**, <http://www.brainpix.com/index.html#>, já a de Carolina Dieckmann está assinada D.R., no entanto não conseguimos descobrir o que isso significa, porém acreditamos que tal fato não invalide o estudo.

"A crise só chegará ao fim quando a França e a Alemanha aprenderem a entender-se melhor."
BERNARDO VENY, MINISTRO DA SAÚDE (PS)

"Toda a gente vê bommeados em call centers e, mesmo assim, continuam a oferecer mais vagas em Direito."
ANDRÉA PAUL, COMÉRCIO DE SERVIÇOS

"Custo de brinquedos sexuais. Podemos usá-los sozinhas. Mas temos de nos libertar. Eu estou aberta a tudo."
IGLES LOMBARDI, COMÉRCIO DE SERVIÇOS

"Custo do meu rabo porque é bem feitiinho."
MARA ALONSO, COMÉRCIO DE SERVIÇOS

"Os Governos nacionais vão passar um mau momento. Talvez por isso estejam a apertar as polícias."
BEATRIZ FERREIRA, COMÉRCIO DE SERVIÇOS

"Essas botocadas são um horror. Olha o que Nicole Kidman virou. Nem tenho mais vontade de ver os filmes dela."
CAROLINA DIECKMANN, VEJA (BRS)

"Esta época ou na próxima seremos candidatas à Europa."
ANABEL FERREIRA, INICIADOR DO FÓRUM DE SETÓRIAS E BOLA

TOTAL DE AVC HEMORRÁGICOS

O Alentejo é a região do País onde os AVC hemorrágicos são mais frequentes, com mais de metade dos incidentes quando comparado com a região Centro.

Região	Total de AVC Hemorrágicos
NACIONAL	178.14
Norte	171.96
Centro	218.94
Lisboa e Vale do Tejo	142.54
Alentejo	426.58

21.58
Por milha de habitantes (2006)

Fonte: Observatório de Saúde e Segurança do Alentejo

Publicação: 17/12/2010

“Essas botocadas são um horror. Olha o que Nicole Kidman virou. Nem tenho mais vontade de ver os filmes dela.”

CAROLINA DIECKMANN, VEJA (BRS)



Figura 3: página da Revista **Focus** edição 573 e ampliação da imagem selecionada junto com o texto verbal.

Na figura 3 encontramos a imagem de Carolina Dieckmann. A atriz Sara Aleixo é o destaque da página. A sua imagem está recortada, ou seja, não está inserida em nenhum cenário ou contexto. A sua imagem não está erotizada, mas podemos dizer que é, de certa forma, sensual. Tem parte da barriga à mostra, a sua blusa é mais curta na altura da sua cintura, enaltecendo essa parte do seu corpo. Sorri, olha para câmera e tem as mãos posicionadas no cinto. Aqui podemos fazer uma analogia com os *cowboys*, sempre preparados para atirar com as mãos em suas pistolas que costumam ficar guardadas em suas cartucheiras presas aos seus cintos. No imaginário brasileiro, há alguns termos que se aplicariam a esta imagem: “uma pistoleira” ou “vestida para matar”. É, no mínimo, curioso perceber que nesta página, a representação da mulher portuguesa é a que possui algum teor erótico. A fala atribuída à atriz confirma isso: “Gosto do meu rabo porque é bem feitinho.”

As três frases atribuídas às três mulheres representadas na página dizem respeito à estética corporal, no caso de Sara Aleixo e Carolina Dickmann, e a brinquedos eróticos, no caso de Júlia Lemertz, tratando-se de temas inseridos no universo feminino. No rodapé da página encontramos um infográfico acerca de AVC hemorrágico, um tema relacionado à saúde.

Podemos afirmar que a atriz Júlia Lemertz não está representada imagetivamente de forma hipersexualizada, já que a única menção a uma possível hipersexualização diz respeito à sua fala: “Gosto de brinquedos sexuais. Podemos usá-los sozinhas. Mas temos que nos libertar. Eu estou aberta a tudo.”

Agora, vamos observar a imagem da atriz Carolina Dickmann. A atriz não é o destaque da página, pelo contrário, a sua fotografia é a menor, comparada, inclusivamente, com a da atriz, Júlia Lemertz. O maior destaque é dado à atriz portuguesa Sara Aleixo, como já foi visto.

Carolina Dieckmann está “inserida” em um retângulo escuro, praticamente da cor da blusa que está usando. Este fato confere ao seu cabelo e à sua pele um maior destaque. O cabelo aparenta estar descolorado.

Apesar da frase proferida pela atriz, “Essas botocadas são um horror. Olha o que a Nicole Kidman virou. Nem tenho mais vontade de ver os filmes dela.”, procurar revelar que ela não concorda com intervenções cirúrgicas excessivas, a imagem publicada influencia o leitor a acreditar que a atriz aceita certas mudanças em seu visual, ou seja, faz uso de artifícios que interferem na sua aparência. A imagem da atriz, que naquele momento participava, na telenovela que passava nas telas das televisões portuguesas sintonizadas no canal **SIC**, não corresponde a este visual representado na revista **Focus**, como a figura 1 demonstra.

Retomemos o conceito de identidade, visto no início deste trabalho, que estabelece a forma como fator determinante na construção das identidades. Lembremos, também, que o olhar que deposito sobre “a pessoa” é o mesmo que utilizo para os objetos, já que acredito que pessoas são passíveis de serem projetadas. Não temos como negar que é na Indústria Cultural, em que estão inseridas as telenovelas e as revistas generalistas, que encontramos um sistema subsidiado pela publicidade. É fato que o objetivo é vender produtos e serviços e, tal como é de conhecimento geral, atrizes, celebridades e figuras públicas contribuem na divulgação de padrões de beleza e “necessidades” de consumo.

‘(...) os consumidores populares são capazes de ler as citações de um imaginário multicolonizado que a televisão e a publicidade reúnem: os ídolos do cinema hollywoodiano e da música pop, os logotipos de jeans e cartões de crédito, os heróis do esporte de vários países e os do próprio que jogam em outro compõem um repertório de signos constantemente disponível.’ (CANCLINI; 2003, p.87)

As novelas da **Rede Globo** são mais um meio de anunciar e vender produtos, serviços e estilos de vida. Segundo Rocha, a publicidade vende “estilos de vida, sensações, emoções, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação, hierarquia em quantidades significativamente maiores que geladeiras, roupas ou cigarros. Um produto vende-se para quem pode comprar, um anúncio distribui-se indistintamente”. (ROCHA; 1990, p.26 e 27)

A imagem da atriz Carolina Dieckmann na página da Revista **Focus** (figura 3) não representa uma mulher hipersexualizada, apenas representa uma mulher “produzida”, ou seja, manipulada. Cabelos alisados e descolorados e um visual muito diferente do visual da sua personagem na novela **Passione**. A imagem representada na revista e a persona construída pela teledramaturgia, neste caso, não são compatíveis.



Figura 4: página da Revista **Sábado** e ampliação da imagem selecionada junto com o texto verbal.

Na edição da revista **Sábado** (figura 4), que circulou na mesma semana da revista **Focus** (figura 3), Carolina Dieckmann é o destaque da página, é a maior imagem e está centralizada. Aparece de corpo inteiro e “recortada”, sem um cenário, sem um contexto, ou seja, o contexto em que se insere é o da página, o da revista, o da mídia. O dito popular “cinco minutos de fama” retrata, de certa forma, a ideia da “falta de contexto” ser a própria contextualização. Marra, ao pensar a fotografia de moda, diz que “às vezes é suficiente a alusão, ou basta o contexto, a inclusão no interior de um código como aquele de uma revista de moda, para fazer nascer o desejo e o sonho”. (MARRA; 2008, p. 50 e 51) É perfeitamente possível transpor este conceito para o contexto das “frases ditas por celebridades”. Podemos observar que as outras pessoas que “aparecem” nesse espaço também estão representadas fora de um contexto específico, fora de um cenário, reforçando a ideia de que o contexto é a página, o espaço na mídia.

Apesar da imagem da revista **Sábado** não ser a mesma da revista **Focus**, na **Sábado**, Carolina Dieckmann também aparece com o cabelo muito mais claro. Usa uma maquiagem bastante carregada nos olhos, um vestido decotado, curto e com franjas e está sentada em uma pose bem sensual. Esta representação valida Pease que descreve um

processo de atração da seguinte forma: “(...) Ela se senta ereta para destacar os seios e cruza as pernas ou tornozelos para valorizá-los ou, se estiver em pé, requebra os quadris e inclina a cabeça na direção de um dos ombros para expor o pescoço nu. (...)”. (PEASE; 2005, p.199) No entanto, tal caracterização não corresponde ao estereótipo de mocinha ingênua e apaixonada da personagem que a atriz interpretava na época e que justifica a sua referência na revista.

Utilizemos o pensamento de Pease no que diz respeito às ações que Pease descreve como sequências, ou seja, imagens em movimento. No caso da imagem aqui analisada não temos a sequência, mas podemos identificar alguns indícios que nos remetem a um poder de sedução atribuído à atriz. As suas pernas estão cruzadas e bastante valorizadas pelo destaque (dado pela luz que enaltece as suas canelas) que recebem. Trata-se de uma luz muito marcada que valoriza as pernas e chama a atenção para elas. A mesma luz pode ser observada no ombro direito que está à mostra e para o qual a sua cabeça está inclinada.

O olhar é fixo para a câmera, ela não sorri, não possui os lábios entreabertos e o batom que usa é de um rosa bastante claro, não dando destaque aos lábios. Os seus cabelos cobrem o colo de forma a não mostrar o decote, mas deixam transparecer que o decote é profundo. As mãos seguram a borda da cadeira e as suas unhas estão pintadas de vermelho.

Carolina Dickmann não é a única figura feminina na página. À esquerda da sua imagem encontramos uma outra da modelo alemã Heidi Klum que, segundo a **Sábado**, foi modelo da **Victoria's Secret** (marca americana de lingerie bastante conhecida) durante treze anos. A modelo traja um vestido “tomara que caia” (designado por vestido “cai cai” em Portugal) ajustado ao seu corpo e com muito brilho. A sua imagem é menor que a da atriz brasileira e, naturalmente, o destaque que assume é comparativamente menor do que o de Carolina Dickmann. E apesar da sua imagem aparentar ser uma fotografia de corpo inteiro, a partir dos seus joelhos, a imagem recebe a sobreposição de uma caixa de texto intitulada “disse ele”. Nesse caso o “ele” é o escritor norte-americano James Branch Cabel.

É curioso percebermos que a caixa de texto que contém a fala e a imagem do escritor cobre as pernas da modelo Heidi Klum mas, por outro lado, parte da cadeira em que está sentada Carolina Dickmann e as franjas da manga direita do seu vestido sobrepõem a caixa de texto em que a fala e a imagem do escritor estão inseridas, colocando a imagem da atriz em PP (primeiro plano) da página.

Agora, se observarmos os textos verbais com outras falas e sem as imagens de quem as proferiu, vamos perceber que alguns dos blocos de texto “circundam” a imagem

de Carolina Dickmann, o que confere à imagem um maior destaque. É como se a imagem “saltasse” da página, valorizando-a como a “coisa” mais importante.

Só as imagens da atriz brasileira e da modelo alemã contêm um grafismo indicativo da fala, tipo história em quadrinho. As outras falas, que acompanham imagens, dizem respeito a falas masculinas, duas delas: a do escritor James Branch Cabel, que está inserida em uma caixa de texto azul clara, e a do político português, ex deputado do PS, Henrique Neto. O deputado é representado trajando terno (fato) e gravata e tem os seus braços cruzados. Segundo Pease:

‘Os braços cruzados sobre o peito indicam o desejo de colocar uma barreira entre a pessoa e alguém ou alguma coisa de que ela não gosta. A posição de braços cruzados tem muitas variantes. Aqui falaremos das que se vêem com mais frequência. O gesto braços cruzados sobre o peito é universal – tem o mesmo significado negativo ou defensivo em toda a parte, sendo comumente adotado nas reuniões públicas, filas, elevadores e outros lugares onde as pessoas se sintam em dúvida ou inseguras.’ (Ibid., p.72 e73)

Não é meu objetivo neste trabalho analisar imagens que não as das atrizes/celebridades brasileiras selecionadas, mas é no mínimo curioso perceber que a imagem que representa uma fala que acusa um governo é apresentada em posição defensiva.

A outra imagem na página também é masculina e também está recortada, sem moldura, sem contexto. É de Almeida Santos, o presidente, na época, do PS. A sua fala vai de encontro à fala de Henrique Neto, fato que pode justificar a imagem do ex-deputado de braços cruzados sobre o peito, com uma atitude defensiva.

No entanto, no que tange à imagem da atriz Carolina Dickmann, podemos afirmar que o grande destaque da página e a forma como está representada configuram uma imagem de uma mulher bastante sensual e sedutora. Porém, considerando a personagem Diana Rodrigues, que a atriz representava na telenovela **Passione**, naquela época, a imagem não corresponde em nada à imagem estampada na revista **Sábado**.

A imagem de uma mulher “produzida”, com o cabelo muito clareado e muito maquiada também não condiz com a frase proferida pela atriz: “Essas botocadas são um horror. Olha o que a Nicole Kidman virou. Nem tenho mais vontade de ver os filmes dela.” A fala da atriz não condiz com a representação escolhida e induz o leitor a imaginar Carolina Dickmann como alguém fútil e sem coerência.

As três mulheres que são destaque na página são as atrizes Grazi Massafera, Sofia Vergara e Cameron Diaz. As três aparecem em fotografias recortadas, sem fundo, sem cenário, sem contexto. Mais uma vez o contexto é estabelecido pela revista, o contexto é “ser notícia”. São fotografias montadas, como se as três tivessem posado juntas para a revista.

Há mais duas imagens na página. Uma delas é a de Ingrid Betancourt, senadora e ativista franco-colombiana sequestrada pelos guerrilheiros na Colômbia. A sua imagem aparece em um contexto condizente com a sua frase; aparenta estar dando uma entrevista numa biblioteca ou algo semelhante. A frase diz: “Escrever permitiu aceitar-me a perdoar-me”. A outra imagem é a de José Diogo Quintela, humorista português do grupo Gato Fedorento. A sua fotografia não é recortada, apesar de não possuir um cenário, há um fundo desfocado que cria uma moldura.

Na parte inferior da página encontramos um infográfico sobre os descontos efetuados pelas empresas à segurança social de diversos países da Europa – mais um assunto da área econômica – mas uma vez mais, são as atrizes as imagens com maior destaque na página.

A atriz brasileira possui as duas mãos nos quadris, passando a mensagem de ser uma mulher moderna e de ideias avançadas. Já Sofia Vergara e Cameron Diaz pousam, apenas, as mãos esquerdas no quadril e os braços direitos estão esticados ao longo do corpo. As duas trajam vestidos colantes no corpo e Grazi uma blusa solta, azul e de alças e calças compridas na cor branca. Quando olhamos para a indumentária das três atrizes, podemos dizer que os vestidos que Sofia Vergara e Cameron Diaz vestem são mais sensuais que a roupa que a atriz brasileira usa. No entanto, a pose em que Grazi se encontra, pernas abertas, mãos nos quadris, com o quadril esquerdo deslocado, ombro esquerdo mais baixo que o direito, o que faz com que seu rosto ganhe uma inclinação para a esquerda, fornece-lhe sensualidade. O seu olhar é direcionado para a câmera. A maquiagem é suave e realça as maçãs do rosto, os lábios e os olhos. A ligeira inclinação do rosto confere-lhe um “toque” de submissão, no entanto, somada à posição das mãos nos quadris acaba por criar um equilíbrio e conferir muita sensualidade à atriz. Apesar de sensual, a atriz não está representada de forma hipersexualizada.



Figura 6: página da Revista **Sabado** e ampliação da imagem selecionada junto com o texto verbal.

Nesta edição da revista **Sábado**, Grazi Massafera é o destaque da página, assim como Carolina Dieckmann, ou seja, as figuras principais das páginas da revista **Sábado**. Grazi Massafera aparece, praticamente, de corpo inteiro e a sua imagem está centralizada. A fotografia é recortada, mais uma vez não há cenário, como acontece, também, com as duas imagens masculinas que aparecem na mesma seção, intitulada **frases**. A atriz está praticamente deitada o que, segundo Lipovestsky, é uma forma de supersignificar o “belo sexo”, é uma mulher exposta ao olhar masculino, à contemplação.

Traja um vestido que lhe deixa as pernas à mostra, possui um decote profundo e as costas nuas. Com o braço direito ela apoia o tronco no chão e com o esquerdo segura os cabelos. Grazi está representada em uma pose bastante sensual. A mão esquerda a mexer no cabelo mostra uma pequena tatuagem na parte interior do seu antebraço esquerdo e, de certa forma, expõe-lhe o pulso. Segundo Pease, “Quando interessada, a mulher reage com gestos de submissão como destacar os seios, inclinar a cabeça, tocar o cabelo e expor os pulsos”. (PEASE; 2005, p.195)

Temos ainda a foto do ex-ministro português das finanças António Bagão Felix e de Rui Rio, que na época era o presidente da Câmara do Porto. A seção intitulada **frases** apresenta as “falas” de muita gente e essas falas dizem respeito a muitos assuntos (como economia, política, cultura e banalidades), sem estarem acompanhadas por imagens. Traz, inclusive, a fala da atriz brasileira Deborah Secco: “Coloquei 320 ml de silicone em cada seio. A TV é intolerante com gente feia. Faço o que for preciso.” Apesar da seção ser intitulada **frases** e muitas “frases” serem inseridas na página, “frases” que dizem respeito a diversos assuntos e que em termos tipográficos recebem a mesma importância, ou seja, não

estão hierarquizados a partir de tamanho de fonte, negrito ou não negrito, é a imagem da atriz brasileira que recebe o maior destaque na página. A frase de Grazi Massafera é a mesma da edição número 595 da revista **Focus** e está escrita na mesma tipografia e com o mesmo peso das demais “frases” da seção **frases** desta edição da revista **Sábado**. A imagem da atriz brasileira é destacada, mas a sua “frase” não.

Nesta edição da revista **Sábado** Grazi Massafera é representada de forma hipersexualizada.

Concluindo

Podemos dizer, então, que as *personas* dessas duas atrizes brasileiras em Portugal foram construídas de forma diferenciada do Brasil. O fato das imagens divulgadas nas revistas não corresponderem às características das personagens por elas encarnadas, somado a elementos simbólicos e a um contexto sócio cultural que procura determinar à mulher brasileira uma imagem de sensualidade em contrapartida a uma pretensa virtuosidade conferida à mulher portuguesa, estabelece uma diferença na forma em que o espectador assimila o conceito de brasilidade. Ou seja, para os brasileiros, brasilidade não tem o mesmo significado que para os portugueses.

As imagens das atrizes brasileiras estampadas nas revistas aqui analisadas correspondem aos atributos de brasilidade presentes no imaginário português. Como verificou Pontes, as mulheres brasileiras são consideradas “mais alegres, mais quentes na cama, mais simpáticas e mais acessíveis e possuem o corpo mais sinuoso”.

Para concluir, voltemos ao conceito de Barthes citado por Silva acerca “dos processos de conotação e denotação nas interpretações das imagens” que “deve respeitar os conteúdos de significações que acompanham o que é visto” (SILVA; 2007, p.611) que adicionado ao pensamento de Marra realiza o fechamento deste trabalho.

‘O jogo duplo demonstra sentidos, isto é, não só como elemento de resgate e enriquecimento do plano denotativo, mas também como normalização tranquilizadora do plano conotativo da re-presentação. Segura de seu poder de transparência e de verdade, que, nunca é demais lembrar, não é uma essência, mas a identidade que a cultura lhe reconhece, a fotografia, de algum modo, torna a mensagem inocente, alivia-a da complexidade semântica gerada pela conotação, “desintelectualiza-a”, fazendo parecer natural e, portanto, facilmente aceitável, o que na realidade é um sofisticado exercício

cultural.’ (MARRA; 2008, p. 51)

Referências Bibliográficas

CANCLINI, Néstor García. *A globalização imaginada*. São Paulo: Editora Iluminuras LTDA, 2003.

COELHO, Luiz Antonio L. “Ator e identidade.” in *Estudos de identidades: entre saberes e práticas*. BASTOS, Liliane Cabral e LOPES, Luiz Paulo da Moita (orgs). Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

CUNHA, Isabel Ferin. As telenovelas brasileiras em Portugal. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/cunha-isabel-ferin-telenovelas-brasileiras.pdf>, consultado em 16.07.2011.

LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MARRA, Claudio. *Nas sombras de um sonho: histórias e linguagens da fotografia de moda*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

PEASE, Allan e Barbara. *Desvendando os segredos da linguagem corporal*. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

PÉON, Maria Luísa. *Sistemas de identidade visual*. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PONTES, Luciana. “Mulheres brasileiras na mídia portuguesa” in *Cadernos Pagu* (23), julho-dezembro de 2004, PP.229-256.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SILVA, Sérgio Luiz P. “Cultura visual e afirmações identitárias: novos processos de reconhecimento social.” in *Anais do II Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia – 25 a 27 de abril de 2007*, UFSC, Florianópolis, Brasil – Núcleo de Pesquisa em Movimentos Sociais – NPMS.

STRUNK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. “Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.” Rio de Janeiro: Rio Books, 3ª Edição, revista e atualizada, 2007.