

Leituras de *Grande Hotel*: os modos de apropriação de um impresso de larga circulação e a formação de leitores (Minas Gerais, 1947-1961)

Juliana Ferreira de Melo¹

Centro Pedagógico da Universidade Federal de Minas Gerais (CP/UFMG)
Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS)
Universidad Nacional de La Plata (UNLP)
julianamelocpufmg@gmail.com
Brasil/Argentina

Resumo: Neste trabalho, tem-se como objetivo compreender a apropriação, por leitores com diferentes perfis (de gênero, classe social, escolaridade e pertencimento étnico-racial), de um impresso de larga circulação – a revista *Grande Hotel* –, no período de 1947 a 1961. O estudo é uma continuidade de uma investigação mais ampla, cujos aportes teóricos e metodológicos encontram-se nos trabalhos da História da Leitura e do Livro, da História da Cultura Escrita, da História Cultural. Nela, foi possível investigar, por meio da análise da materialidade do impresso, o leitor visado pelos editores. *Grande Hotel* era uma revista, originária da Itália, dirigida ao público feminino, que veiculava fotonovelas. Pretende-se, no estudo atual, responder perguntas como: é possível caracterizar um indivíduo a partir daquilo que ele lê? Como os diferentes indivíduos atribuem significado para aquilo que leem? De que modo diferentes indivíduos, em determinadas condições históricas, apropriam-se de certo tipo de texto? O que podemos dizer das apropriações que os leitores “de carne e osso” fizeram de *Grande Hotel* entre os fins dos anos 1940 e a década de 1960? Qual o lugar ocupado pela oralidade na atribuição de significados às leituras realizadas? Como fontes para a pesquisa, têm sido utilizados, basicamente, os depoimentos orais de 12 leitores de *Grande Hotel*, no período investigado. São ainda fontes potenciais para o trabalho cartas de leitores trocadas entre si, ou aquelas escritas para os grupos responsáveis pela edição da revista, publicadas nos números de *Grande Hotel* já analisados; memórias e autobiografias de leitores da revista à época. Pretende-se, com a pesquisa, complexificar afirmações correntes na bibliografia sobre fotonovelas, que identificam esse gênero textual, de modo quase direto e mecânico, a leitoras “populares”, sem evidências empíricas que possam dar maiores elementos para a compreensão dessa relação.

Palavras-chave: revista *Grande Hotel*; leituras; modos de apropriação; impressos “femininos” e “populares”; formação de leitores.

¹ Juliana Ferreira de Melo é Doutora e Mestre em Educação pela Universidade Federal de Minas Gerais, com estágio de Doutorado na *Université Paris Ouest, Nanterre La Défense* (Paris X); Licenciada e Bacharel em Letras pela UFMG. Atualmente, encontra-se em estágio Pós-Doutoral na *Universidad Nacional de La Plata* (UNLP), como pesquisadora visitante, no *Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales* (IdIHCS) da *Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación* (FaHCE-UNLP). Atua como professora de Língua Portuguesa no Centro Pedagógico da UFMG, onde integra o Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Cultura Escrita e o Centro de Pesquisa em História da Educação. Além de publicar trabalhos sobre revistas, formação de leitores, Educação de Jovens e Adultos, colaborou na organização de *Culturas orais, culturas do escrito. Intersecções* (Editora Mercado de Letras, 2017) e *História da cultura escrita. Séculos XIX e XX* (Editora Autêntica, 2007).

É possível caracterizar uma pessoa a partir daquilo que ela lê? Como os diferentes sujeitos atribuem significado para o que leem? De que modo indivíduos diversos entre si, em determinadas condições históricas, apropriam-se de certo tipo de texto?

Pretendendo responder a perguntas como essas, na pesquisa abordada neste artigo, focalizei as lentes da investigação sobre o leitor, a leitora da revista *Grande Hotel*, de modo mais amplo, e, de maneira mais específica, sobre os leitores de (suas) fotonovelas, um gênero que compôs o quadro de formação de inúmeros leitores a partir dos anos 1940.² Narrativas de amor adocicadas, como aquelas publicadas em *Grande Hotel*, as fotonovelas mesclavam texto verbal e não verbal em quadros, inicialmente, desenhados, e, mais tarde, em fotogramas. Esse gênero narrativo, cujo tema é quase sempre o amor romântico, era veiculado em revistas baratas, de ampla circulação, no Brasil, entre 1947 e 1984, mas também na Itália e na França, onde continuavam sendo comercializadas em bancas de revista, em 2012, 2013, em cidades como Paris e Bolonha. No caso dos impressos europeus, *Grand Hôtel* e *Nous Deux*, verificou-se que, nos anos 2000, suas fotonovelas já eram compostas por fotogramas coloridos³.

De modo mais particular, a pesquisa, cujos resultados apresento neste texto, teve como objetivo compreender a apropriação, por leitores com diferentes perfis (de gênero, classe social, escolaridade e pertencimento étnico-racial), do impresso brasileiro: a revista *Grande Hotel*, a primeira revista “feminina” e “popular”, no Brasil, a veicular fotonovelas. A investigação voltou-se para o período compreendido pelos anos de 1947 (ano em que começou a circular no País) e 1961 (momento no qual a maior parte de

² Evitando fazer uma relação ingênua e direta entre produção, circulação, recepção e leitura de impressos, vale, contudo, destacar que *Grande Hotel* chegou a atingir a tiragem de mais de 200.000 exemplares quinzenais, produzidos pela Editora Vecchi, nos anos 1960. De acordo com seus editores, apresentou, cada vez mais, demanda de vendas. *Capricho*, carro-chefe entre as revistas de fotonovelas no Brasil, em relação ao número de exemplares vendidos, já no final da década de 1950, segundo Dulcília Buitoni (1981: 86), tinha uma cifra de venda de 500.000 exemplares, número expressivo, para a autora, uma vez que, na década de 1940, no País, “nenhuma revista feminina ultrapassava 50.000 exemplares”. *Grande Hotel*, segundo Ângela José do Nascimento (1989: 103), teve uma tiragem de 25.000 exemplares para o seu primeiro número, e “na mesma semana a tiragem dobrou”.

³ Essas constatações foram construídas não somente a partir da leitura de bibliografia sobre *la presse du coeur*, mas também por meio do trabalho em arquivos no Brasil e no exterior. Consultaram-se os acervos das seguintes bibliotecas: Biblioteca Pública Infantil e Juvenil de Belo Horizonte; Biblioteca nacional da França (BnF) – François Mitterrand, em Paris; Biblioteca Nazionale Braidense, em Milão; Biblioteca do Istituto Parri e Biblioteca Italiana Delle Donne, ambas em Bolonha. A análise intensiva do material documental composto pelos exemplares de *Grande Hotel* foi realizada após a aquisição de 321 números, em sebos brasileiros, dos 751 números do impresso publicados no Brasil, entre 1947 e 1961. Entre os exemplares adquiridos e consultados, construiu-se um *corpus* com 73 números representativos da revista no período. A esse respeito, ver Juliana Melo (2013).

suas páginas passou a ser ocupada por fotonovelas). Originária da revista italiana *Grand Hôtel*, seu protótipo, lançado em 1946, *Grande Hotel* também recebia, para sua fabricação no Rio de Janeiro, material de *Nous Deux*, a versão francesa do impresso italiano, também publicada pela primeira vez em 1947.

Para realizar a investigação a respeito dos leitores de *Grande Hotel* e de suas fotonovelas, algumas questões, mais específicas, foram elaboradas durante a configuração do objeto de estudo. Nessa direção, passei a me perguntar: o que podemos dizer das apropriações que os leitores “de carne e osso” fizeram de *Grande Hotel* entre os fins dos anos 1940 e a década de 1960? Qual o lugar ocupado pela oralidade na atribuição de significados às leituras realizadas? Sabemos que, no Brasil, a história da cultura escrita (e dos sujeitos que dela participam) caracteriza-se também e em grande medida pela presença do oral, por modos não escolares de participação no universo do escrito e, até meados do século XX, por taxas de alfabetização menores que os percentuais de analfabetismo no País.⁴

O estudo é uma continuidade do trabalho que desenvolvi no Doutorado, em que foi possível investigar e delinear, por meio da análise da materialidade do impresso, o leitor visado, pelos produtores da revista,⁵ para *Grande Hotel*. Sem conhecer profundamente o impresso e os leitores esperados para ele, como compreender suas apropriações por leitores empíricos, em especial, quando eles nos dizem, por meio de seus depoimentos, da composição da revista e, sobretudo, das fotonovelas? Por isso, na tese, verticalizei o trabalho na compreensão de *Grande Hotel* e na apreensão do leitor pensado para ela. Finalizada essa pesquisa, passei a me dedicar, de maneira mais aprofundada, à investigação de seus leitores empíricos.⁶

⁴ Conforme evidenciam os estudos reunidos por Ana Galvão *et al.* (2007); Mônica Jinzenji, Ana Galvão e Juliana Melo (2017).

⁵ Parte dessa pesquisa foi realizada na França, com apoio da CAPES, por meio do fornecimento de Bolsa do Programa Institucional de Doutorado Sanduíche no Exterior (Proc. n.BEX 9711/11-2, de 14/03/2012 a 15/02/2013), sob a supervisão do Professor Matthieu Letourneux, na *Université Paris Ouest – Nanterre La Défense* (Paris X), e da Professora Anne-Marie Chartier, no *Service de Histoire de l'Éducation (SHE) do Institute Français de l'Éducation (IFÉ)*. A análise mais verticalizada do circuito editorial, de produção e circulação de revistas, como *Grande Hotel*, no Brasil e na Europa, assim como os resultados da investigação realizada em meu Doutorado, sob a orientação da Professora Ana Maria de Oliveira Galvão, encontram-se em Melo (2013).

⁶ Cabe salientar que tanto a análise da materialidade da revista, tomada como *impresso*, quanto a apreensão de seus leitores (presumidos e empíricos) tiveram, como aporte teórico e metodológico, os trabalhos de Roger Chartier (1994, 1988); Chartier e Guglielmo Cavallo (1999, 1998).

Como fontes para este estudo, foram utilizados, basicamente, 14 depoimentos orais de leitores de *Grande Hotel*, no período investigado, coletados e preliminarmente explorados na pesquisa anterior, durante o Doutorado⁷. Todos eles tinham idades entre 60 e 80 anos quando as entrevistas foram realizadas. Eles e elas eram oriundos de meios populares, mas também de elites econômicas e intelectualizadas; brancos, pretos e pardos; com diferentes níveis de alfabetização e letramento⁸. Foram ainda fontes potenciais para o trabalho atual cartas de leitores trocadas entre si, ou aquelas escritas para os grupos responsáveis pela edição da revista, publicadas em seus números; memórias e autobiografias de leitores de *Grande Hotel* à época.⁹ Buscou-se, com esta investigação, complexificar afirmações correntes na bibliografia sobre fotonovelas, que identificam esse gênero textual, de modo quase direto e mecânico, a leitoras “populares”, sem evidências empíricas que possam dar maiores elementos para a compreensão dessa relação.

Como os estudos abordam os leitores de impressos “femininos” de larga circulação

Em trabalhos realizados na França e no Brasil, como nos estudos de Evelyne Sullerot (1966) e Angeluccia Habert (1974), verifica-se o estabelecimento de uma ligação quase direta e consequente entre impressos “populares”, baratos, de ampla circulação, “femininos”, e leitores, frequentemente, leitoras, oriundas de meios populares, consideradas, nesses trabalhos, como pessoas de baixos rendimentos econômicos e baixa formação cultural, sem uma investigação empírica dessa relação. Sullerot (1966), estudiosa francesa da imprensa feminina, denomina a revista sentimental, “popular”, como, por conseguinte, feminina. Os trabalhos localizados sobre revistas femininas no Brasil, como costumam ser consideradas as revistas de fotonovelas, classificação que também recebe *Grande Hotel* nos trabalhos que a

⁷ Nessa direção, é importante salientar que trabalhamos com a concepção de história oral, compreendida como metodologia. Consideramos, no entanto, além de sua dimensão técnica (gravações, transcrições, conservação de entrevistas, equipamentos empregados na coleta dos depoimentos e na sua transcrição, modelos de organização de acervos), que a história oral apresenta uma dimensão teórica que a transcende, conforme ressaltam Janaína Amado e Marieta de Moraes Ferreira (1996).

⁸ Um quadro com um perfil dos leitores empíricos da revista pode ser observado ao final deste trabalho, em anexo. Seus nomes reais foram trocados por pseudônimos, que têm a mesma origem dos nomes originais. Tal procedimento foi adotado, respeitando-se as normas do Comitê de Ética em Pesquisa (COEP-UFMG), que trata do anonimato dos sujeitos participantes de investigações realizadas com seres humanos, no âmbito da Universidade.

⁹ Como os livros de Luís Edgar de Andrade (2002) e de Marina Colasanti (2010).

mencionam como um impresso dessa natureza e/ou “popular”, ou se voltam para as revistas de fotonovelas como impressos para “as massas”, ou se voltam para as revistas de fotonovelas para estudar seus leitores.

Quando as revistas são tomadas como objeto de estudo, elas são, em geral, analisadas na perspectiva do “consumo cultural”, e seus leitores – imaginados pelos pesquisadores – aparecem, geralmente, como assujeitados ao “consumir” um impresso barato¹⁰. Quando o foco dos estudos é a leitura dos impressos, as revistas que veiculavam fotonovelas no País são analisadas para a compreensão de sua apropriação. Nesses trabalhos, os leitores “de carne e osso”, na sua diversidade, aparecem como protagonistas de suas experiências (inclusive de leitura), e a apropriação da fotonovela sai do espaço de passividade que, historicamente, vem sendo atribuído a ela. Nesse grupo de pesquisas, estão aquelas desenvolvidas por Isabel Sampaio (2008) e por Raquel Miguel (2009). Também nessas pesquisas, como se destacou anteriormente, *Grande Hotel* e as demais revistas de fotonovelas analisadas aparecem como revistas femininas *a priori*.

Somente no trabalho de Sylvette Giet (1997), encontra-se uma discussão sobre a classificação da revista francesa *Nous Deux*, que tem a mesma origem da revista brasileira. A estudiosa constatou que, embora a revista logo fosse considerada como uma revista feminina e veiculasse vários textos direcionados às mulheres, muitos deles foram concebidos para serem lidos por um casal. Produzida para ser um impresso de ampla circulação, constituindo-se como um bem cultural não legítimo, *Nous Deux* era destinada aos leitores dos meios populares.

Apesar desses indicadores, pela ausência de estudos específicos sobre *Grande Hotel* e seus modos de apropriação, continuava a questão em torno do impresso, produzido no Brasil, entre 1947 e 1984. *Grande Hotel* poderia ser considerada uma revista “popular” e feminina desde o início de sua circulação no País? Como seus leitores empíricos a compreendiam? Que usos faziam dela?

¹⁰ Desse grupo de estudos, destacam-se os trabalhos de Habert (1974) e aqueles que a tomam como referência, sem problematizar os dados e a argumentação da autora, muito baseada na ideologia dos textos publicados em *Grande Hotel*, *Capricho*, *Sétimo Céu* e nos seus efeitos supostamente “perversos” sobre os leitores das revistas de fotonovelas, sobretudo, suas leitoras. Nessa direção, encontram-se os trabalhos de Buitoni (1981), de André Joanilho e Mariângela Joanilho (2008).

A revista *Grande Hotel*, seus leitores e o universo da escrita

A análise da revista *Grande Hotel*, no interior de sua história editorial, ligada à Editora Vecchi¹¹, evidencia que não são os fotodesenhos e as fotonovelas, em si mesmos, os textos os quais nos permitem afirmar que o impresso seria feminino e, como tal, que o público-alvo da revista seria formado por mulheres, percebido assim por Margareth e Nelson, leitores da revista, entrevistados durante a pesquisa. Era uma revista *para* mulheres, afirmaram eles em seus depoimentos. No entanto, a pesquisa mostrou que homens e mulheres apropriavam-se de um impresso que se tornava *cada vez mais* feminino e brasileiro¹² ao longo da década de 1950. Esta classificação, “revista *para* mulheres”, só seria válida para a revista brasileira se considerássemos a forma pela qual o amor é abordado nessas narrativas e no impresso. Sob a forma de folhetins, publicados em revistas sentimentais, os romances que exploram o amor romântico são, ‘tradicionalmente’ e, mais do que isso, historicamente, atribuídos a um gosto feminino¹³

Ao explorar o impresso e o que se pretendia comunicar aos leitores, especialmente às leitoras, foi possível constatar que o amor é o grande tema de *Grand Hôtel*, *Nous Deux* e *Grande Hotel*. No caso da revista brasileira, tal como se anuncia – e se enuncia – na capa dos seus números, espera-se que os seus leitores estejam dispostos a mergulhar na “mágica revista do amor”, o qual era um atrativo para Ana Lúcia, Ester e Madalena, leitoras de *Grande Hotel*, entrevistadas no desenvolvimento do estudo. Por meio das lembranças de Ana Lúcia, podemos verificar as circunstâncias nas quais lia o

¹¹ Fundada em 1913, no Rio de Janeiro, por Arturo Vecchi, a editora, de acordo com Laurence Hallewell (2005), ocupou um importante lugar no cenário brasileiro editorial. Segundo Hallewell, ela se destacaria com a publicação de revistas, a partir do final dos anos 1940, e de livros infantis, nos anos 1960, ainda que já publicasse livros infantojuvenis desde a década de 1940. Nos anos 1950 e 1960, a Editora Vecchi se destacaria também por seu pioneirismo na publicação de livros de Schopenhauer, Nietzsche e Ibsen. Para uma análise mais aprofundada das relações de trabalho, na Itália, entre Arturo Vecchi e os irmãos Del Duca: Alceo, Domenico e Cino Del Duca, proprietários das editoras que publicariam, respectivamente, *Grand Hôtel*, em Milão, e *Nous Deux*, em Paris, consultar Melo (2013, 2017b).

¹² Como se destacou anteriormente, *Grande Hotel* inicia sua história no Brasil como uma versão da revista italiana *Grand Hôtel*. No estudo do circuito editorial que compõe essa história do impresso, foi possível verificar que seus produtores no País foram, ao longo dos anos, fazendo adaptações na revista de modo que se tornasse cada vez mais adequada ao público visado. Assim, *Grande Hotel*, como um impresso de larga circulação, foi modificada pela Editora Vecchi, transformando-se, com o passar dos anos, em uma revista mais feminina e brasileira. Uma análise desse processo encontra-se em Melo (2013, 2017a, 2017b).

¹³ Nesse sentido, são dignos de nota os trabalhos de Marlyse Meyer (1996) e de Maria Teresa Santos Cunha (1999).

impresso, como se apropriava dele e quais eram suas motivações na busca por esse tipo de revista:

Eu lia sentada na beira da rua, no meio-fio. A gente sentava lá, tinha a luz do poste. A gente lia, tinha a vista muito boa [...]. Às vezes a gente começava a ler, tava bom demais, a gente ia no meio, lia lá, voltava, porque é muito bom, fala muitas coisas assim de... A gente queria saber de amor, né? [...] (Ana Lúcia, negra, manicure aposentada, informação verbal, 09/05/2011).

O leitor que segue o caminho de leitura sugerido pela capa de *Grande Hotel* tem suas expectativas realizadas no interior da revista. Diferentes textos e imagens relacionados à temática do amor, ao cinema hollywoodiano compõem as revistas de fotonovelas analisadas, cujo centro apoia-se nesta temática; do início ao fim, o sentimento amoroso configura-se como o fio que guiaria a travessia dos leitores esperados pelas revistas. Colaborativos, seus leitores aceitariam o pacto de leitura proposto, assim como o jogo da sedução exercida pelo universo romântico e cinematográfico dos impressos.

A vivência do amor idealizado, experimentado na fantasia, propiciada, sobretudo, pela leitura dos fotodesenhos, das fotonovelas, levaria os leitores pensados pelos produtores de *Grande Hotel*, especialmente suas leitoras, a renovar continuamente o prazer (da leitura), adquirindo a revista a cada semana, o que de fato acontecia com Margareth, Irene e Laís, participantes da investigação. Segundo Irene, “era assim um seriado. Então, a gente acompanhava toda semana. Eu acho que era semanal essa revista” (Irene, branca, dona de casa, informação verbal, 01/11/2011).

Na época da leitura do impresso, a maioria dos participantes da pesquisa era bastante jovem. De modo geral, as leitoras tinham idades entre 13 e 16 anos, enquanto os leitores começavam a ler a revista mais cedo, logo após se alfabetizarem, com, aproximadamente, oito anos de idade, e continuavam a lê-la até completarem 15, 16 anos. Diferentemente delas, os leitores não compravam *Grande Hotel*. Por meio de uma rede de empréstimos, eles tinham acesso à revista. Irmãs, vizinhas e empregadas domésticas propiciavam a leitura de *Grande Hotel* aos meninos. Wagner Emanuel, leitor de *Grande Hotel* entre os fins da década de 1950 e o começo dos anos 1960, oriundo de uma elite cultural, na sua casa, entre seus pais e irmãos, “ninguém ouvia novela de rádio, nem novela de televisão, e muito menos revistas feito *Grande Hotel*, que tinha

fotonovelas e horóscopos”, a não ser as empregadas que lá trabalhavam e o próprio Wagner. Na sua perspectiva, “como eu era dos caçulas e vivia muito no meio menos controlado, que era o meio das empregadas, eu via, lia as revistas delas” (Wagner Emanuel, branco, historiador e editor, informação verbal, 11/11/2011).

Para as nossas entrevistadas, a compra da revista era frequente. Mas, também entre elas, eram comuns os empréstimos do impresso acontecerem, por diferentes motivos. Margareth afirma que costumava comprar *Grande Hotel* com a “mesada” que recebia dos pais e emprestava a revista para a irmã, para a prima e para as colegas na escola, as quais não podiam ler *Grande Hotel* já que seus pais as proibiam de fazer tal leitura. Segundo Margareth, em sua casa, “graças a Deus, nunca teve nenhum impedimento pra ler fosse o que fosse. A gente tinha plena liberdade de leitura, mesmo no tempo, quando minhas colegas de escola eram proibidas de ler *Grande Hotel* e de ler história em quadrinho [...]” (Margareth, branca, professora universitária, informação verbal, 04/05/2011). Verificamos aqui um controle (do que se lia), mencionado por Wagner Emanuel em seu depoimento.

Irene, irmã de Margareth, também falou de seu costume de comprar e emprestar a revista. Ana Lúcia e Ester compravam o impresso, quando podiam, pois o dinheiro que ganhavam, como empregadas domésticas, não as possibilitava comprar a revista toda semana. Além disso, na casa da família pobre, elas, como as colegas de Irene, meninas e “moças” da classe média belorizontina, entre o final dos anos 1940 e a década de 1950, eram proibidas de ler *Grande Hotel*, considerada uma revista “indecente”, que ensinava “besteira”. De acordo com Ana Lúcia,

[...] Lá no mato, vovô vinha com “espera aí, que absurdo! Lendo essas porcarias, essas coisas que não prestam, pra botar vocês com a cabeça ruim, menina. Para com isso”. Então, a gente amoitava¹⁴ a revista [...] E *Grande Hotel* já tinha mais assim... Falava mais sobre a besteira, o sexo [...] Era mais evoluído que os pequeninhos, *Capricho*, *Ilusão*. Já tá escrito capricho, né? *Ilusão* e *Sétimo Céu* [...], você achava que tava subindo pro sétimo céu. [...] o *Grande Hotel* era mais... Era diferente, era mais instruído, uma coisa mais assim... Como é que fala? É... Sei lá, evoluído [...]? Falava mais assim dos contos e tal. Aí, a gente ficava pensando, será que não é o conto de fada que a

¹⁴ *Amoitava* significa *escondia*.

gente caiu a vida inteira? [...] (Ana Lúcia, negra, manicure aposentada, informação verbal, 09/05/2011).

Verificamos, mais nitidamente, no caso de algumas leitoras, uma tentativa dos adultos da família em controlar suas leituras por motivos “morais”. Afinal, *Grande Hotel* seria uma revista “indecente”.

Para Nelson, a interdição na leitura era de outra ordem. Entre os operários da construção civil com quem ele trabalhava, ele mesmo operário, revista de fotonovela não era considerada revista para ‘homens’. Então,

[...] Às vezes, a gente era criticado porque ficava lendo. Tinha os preconceitos dos próprios colegas. Você ler uma fotonovela naquela época era um abuso com o machismo que existia. Mas quem tem a cabeça feita não vê isso dessa maneira. Eu não achava nada demais eu ler uma fotonovela e continuar sendo um homem “normal”. A gente, às vezes, até sofria com esse preconceito. Mas aquilo não me atingia. A minha cabeça era outra. Ler era a melhor coisa que tinha [...] (Nelson, branco, pedreiro, informação verbal, 28/10/2011).

Muitas vezes, Ana Lúcia e Ester liam a revista, ou porque suas colegas de trabalho liam também, ou porque os donos de mercearia onde elas podiam comprar *Grande Hotel* emprestavam-lhes a revista, ou porque liam, “escondido”, as revistas de fotonovelas das “patroas”. Quando o dinheiro era curto, e a vontade de ter a revista era grande, Ana Lúcia e Ester compravam números antigos de *Grande Hotel*, que custavam mais barato do que os novos. Alzira, por sua vez, recorria às vizinhas.

Ana Lúcia, Ester, Adélia e Nelson, que não frequentavam regularmente a escola na época em que foram leitores de *Grande Hotel*, tinham o hábito de ler a revista, mesmo que, para Ana Lúcia, *Grande Hotel* fosse “mais difícil” do que as outras revistas de fotonovela, as quais ela e seus irmãos costumavam ler, tais como *Capricho*, *Sétimo Céu*, *Ilusão*. Ana Lúcia afirmou, durante sua entrevista para esta pesquisa, que gostava mais de ver as “figuras” de *Grande Hotel*, assim como gostava de comentar com as colegas de trabalho sobre o que havia lido nas revistas. A leitora, ao se lembrar dos momentos em que lia essas revistas e como realizava essa leitura, contou-nos que

Cada um lia o trequinho ali, aqueles versinhos e comentava, a gente comentava uma com a outra: “o que você acha disso aqui? Será que a gente vai chegar lá?”. Era bom. [...] depois

comentava: “gostou do que você leu ontem?”. Era bom demais! Cada um comentava o que leu, porque a gente emprestava uma pra outra, sabe? Trocava (Ana Lúcia, negra, manicure aposentada, informação verbal, 09/05/2011).

Oralmente, ela partilhava suas impressões, em especial, sobre as fotonovelas e a sua identificação com as personagens das narrativas românticas, sobretudo, com as mulheres que, frequentemente, tinham suas expectativas amorosas frustradas no desenrolar das tramas rocambolescas.

Fenômeno, envolvendo a oralidade, a leitura, mas também a escrita, um pouco diferente, acontecia com Margareth, Irene e sua prima. Embora comentasse oralmente sobre *Grande Hotel*, Margareth falava sobre sua leitura da revista não para destacar sua compreensão do conteúdo das fotonovelas em um processo de identificação com as personagens das narrativas, como ocorria com Ana Lúcia. A atenção de Margareth, Irene e da prima das duas irmãs voltava-se para as cartas de leitores enviadas para a revista e nela publicadas:

Morena, olhos e cabelos castanho-escuros, 1,62m, 19 anos, deseja corresponder-se com rapaz simpático, altura superior à minha, romântico, carinhoso, bem colocado e livre de qualquer compromisso, de 35 a 40 anos, para fins matrimoniais. MORENA AMBICIOSA DE AMOR, Recife. (8505)

Jovem estudante com bela aparência, verdadeiro galã de cinema, 19 anos, 1,73m de altura, 63 quilos, amante do esporte, de valsas, sincero e sentimental, ambiciona corresponder-se com loura ou morena, bonita, carinhosa e sincera; curso o científico, para ingressar na Faculdade de Engenharia. Troco fotos. MORENINHO ROMÂNTICO, Goiânia. (8487)¹⁵.

Como se vê, tratava-se de uma correspondência em que os leitores de *Grande Hotel* apresentavam suas características, buscavam pessoas com quem poderiam trocar cartas e até mesmo estabelecer um relacionamento amoroso. Essa possibilidade entusiasmava as três “moças”. Ao compartilhar oralmente suas leituras semanais da revista e dessas cartas, elas tinham como objetivo – e assim o fizeram – escrever para *Grande Hotel*. Segundo Margareth, ela se correspondeu por sete anos com um leitor da revista, graças à publicação de sua carta no impresso e à mediação dos produtores de *Grande Hotel*

¹⁵ *GRANDE HOTEL*, n.211, 07/08/1951, p.8.

entre eles. A menção a essa troca de cartas entre Margareth e o leitor da revista, cuja carta também foi aí publicada, encontra-se no livro de Luís Edgar de Andrade (2002).

Os três irmãos – Ana Lúcia, Ester, Nelson – e também Adélia, Kléber e Adônis não dispunham de muito material escrito em casa, realidade diferente daquela vivenciada por Alzira, como eles, oriunda de meios populares e, como Kléber, originária da zona rural de Minas Gerais. Alzira possuía, não, revistas de fotonovelas em casa, mas livros. Ela, Kléber, Adônis, como Madalena, também oriunda de meios populares, frequentaram a escola em idade “adequada” quando foram leitores de *Grande Hotel*. Apesar da ausência de material escrito em abundância, em casa, como Ana Lúcia, seus irmãos e Madalena, Adélia e Adônis liam diferentes revistas de fotonovelas, sobretudo *Capricho* e *Sétimo Céu*. Alzira, Adélia e Adônis eram, aliás, leitores de revistas de histórias em quadrinhos, sendo que Adônis costumava colecionar e trocar revistas com seus colegas.

Leitora de quadrinhos, foi também Margareth. Com exceção de Laís, que já havia completado os estudos quando foi leitora de *Grande Hotel* e trabalhava no “Tribunal”¹⁶, todos os participantes da pesquisa oriundos de elites intelectualizadas – Margareth, Irene, Wagner Emanuel e Laís – frequentavam a escola na época em que leram a revista. Salvo Irene, irmã de Margareth, que “não se tornou leitora” apesar da convivência com livros, revistas; com a literatura clássica; com o pai, leitor de diferentes impressos, professor da Universidade e amante da música erudita; Wagner, Laís e Margareth se tornaram leitores vorazes; eles se tornaram *grandes* leitores. Laís nos fala de sua paixão por romances, incluindo, na sua juventude, os romances de “Madame Delly”¹⁷. De acordo com suas lembranças, ela sempre leu muito.

Wagner Emanuel, filho de professor universitário, o 12º de uma fratria de 13 irmãos, que vivia imerso em uma cultura erudita e acadêmica, disponibilizada a ele pelo pai, em uma casa com biblioteca, e Margareth leram na infância os clássicos infantis. Na “adolescência” partiram para *Grande Hotel* e, no caso dela, também para a Biblioteca das Moças. Como Laís, Margareth ficava fascinada com a leitura dos romances de M. Delly e lia ainda *Pollyanna*, *Pollyanna Moça*. Mais tarde, para Wagner e Margareth, viria toda a literatura erudita. Ela faria o curso de Letras Clássicas,

¹⁶ Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais.

¹⁷ A esse respeito, consultar Cunha (1999).

enquanto ele, como Kléber, cursaria História. Alzira fez o curso de Pedagogia, enquanto Irene, Madalena e Adônis completaram os estudos básicos, mas não ingressaram na universidade. Os demais, Ana Lúcia, Ester, Nelson e Adélia, embora desejassem muito concluir seus estudos, não tiveram condições (materiais, econômicas, sociais) para tanto. Então, costumavam ler para se divertir, mas também para “ter um conhecimento”:

Não tinha energia [nas obras]. A gente trabalhava só com gerador. Não tinha uma televisão, rádio. Rádio era difícil. Quando tinha um radinho nos trechos, era difícil, caro, e a gente não tinha tempo pra ficar ouvindo. Isso era só nas horas de folga, à tarde, final de semana. A gente procurava ler para ter um divertimento e um conhecimento, um aprendizado a mais [...] (Nelson, branco, pedreiro, informação verbal, 28/10/2011).

Todos os participantes da pesquisa afirmaram gostar de ler *Grande Hotel*. Enquanto Wagner afirma ter lido a revista porque ele lia tudo o que lhe “caía nas mãos”, todos os demais leitores e leitoras da revista entre 1947 e 1961 liam *Grande Hotel* por causa dos fotodesenhos e das fotonovelas: “[...] aquelas fotonovelas... que a gente vivia. Eu podia vivenciar aquilo, sentia em cada personagem. Era bom demais [...]” (Ester, branca, massagista, informação verbal, 13/02/2012).

Os desenhos das narrativas em quadros, precursoras das fotonovelas, fascinavam Margareth; Adônis destaca seu encantamento pelos quadrinhos destas histórias. Madalena, Ester e Ana Lúcia queriam “saber de amor”; como Margareth e Irene, elas queriam viver um mundo de “Príncipe Encantado”, pois a realidade (não ficcional) na qual viviam não lhes permitia experimentar este universo:

Eu acho que era a questão da fantasia adolescente, que toda adolescente, eu acho, tinha na minha época, a adolescente era muito sonhadora. Eu acho que hoje, não sei se evoluíram ou involuíram, elas são muito pé no chão. Namoram um atrás do outro, ficam antes de namorar, não sei o quê e tal; já vive com o namorado numa situação de casada. No nosso tempo não, a gente tinha de casar virgem e tinha de namorar, não podia nem dar a mão pro namorado. Eu namorei o meu ex-marido sempre com uma pessoa ao lado, eu não podia sair sozinha com ele, não podia, quando ele ia lá em casa, tinha de ir alguém junto. Então, quando você lia essas revistas, essa faixa de idade, essa geração, era um jeito de você sair e poder viajar num mundo de romance, de fantasia, de príncipe encantado! [...] (Margareth, branca, professora universitária, informação verbal, 04/05/2011).

Tratava-se de uma leitura que fascinava, de uma leitura que seduzia e que levava seus leitores a conviver com outros impressos das culturas do escrito da época.

Considerações finais

Revistas de fotonovelas, quando são tomadas como objeto de pesquisa, são consideradas como revistas femininas e impressos baratos. Em uma rede de associações, construída nos trabalhos em que esse tipo de impresso é analisado, seus leitores – na maior parte dos casos, mulheres – são representados, de modo geral, como de baixa renda, baixa escolaridade e baixa formação cultural, ainda que, na maior parte dos estudos, eles não sejam entrevistados. Trata-se de um problema metodológico que pode comprometer, portanto, os resultados de pesquisas assim desenvolvidas, uma vez que se constata sobre leitores empíricos, em grande medida, a partir da análise de conteúdo dos textos publicados em revistas; menos frequentemente, a partir da análise do impresso que leriam e não a partir de seus depoimentos sobre essa leitura e os usos que dele fariam. Nada ou pouco se escutam os protagonistas sobre suas trajetórias de formação, a respeito de suas próprias vivências (também de leitura). A fim de evitar tal procedimento que pode enviesar a análise de fenômenos os quais envolvem impressos e seus leitores, a investigação que embasa este artigo configura-se como um estudo desenvolvido por meio de dois movimentos de pesquisa: um, em direção ao “Leitor-Modelo” do impresso, do leitor projetado para ele, realizado em meu Doutorado; outro, na direção de seu leitor empírico, dos usos que faz daquilo que lê.

Uma comparação, construída ao longo da pesquisa, entre os raros estudos sobre a “imprensa do coração”, como são denominadas as revistas de fotonovelas em trabalhos franceses, aponta que o estatuto de *Grand Hôtel, Nous Deux* (versão francesa da revista italiana) e *Grande Hotel* era o mesmo na Europa e no Brasil. Segundo os trabalhos de pesquisadoras francesas¹⁸, na Europa, o público-alvo de revistas como essas (leitor presumido pelos editores e leitores empíricos) estaria nos meios populares. As pesquisas também mostram a que ponto essa produção era, por um lado, desqualificada culturalmente como insípida e sem valor e, por outro, estigmatizada moral ou

¹⁸ Isabelle Antonutti (2012) e Giet (1997).

politicamente, como perigosa, alienante e antifeminista¹⁹. No Brasil, encontramos julgamentos de valor negativo do mesmo tipo, mas isso não impediu a difusão de *Grande Hotel* nos meios populares e entre as elites intelectualizadas do País, entre 1947 e 1961. Assim, eu pude encontrar, sem dificuldade, leitores e leitoras que se tornaram universitários e que muito leram a revista na sua juventude, “mesmo” pertencendo a meios sociais “cultivados”.

Desse modo, contrariando o que os estudos sobre impressos “populares” e “femininos” geralmente afirmam, Margareth; sua irmã, Irene; Wagner Emanuel e Laís pertenciam a famílias de elites intelectualizadas, liam *Grande Hotel* e dispunham, em casa, de grande volume de material escrito. Uma revista que demandava diferentes níveis de domínio da língua escrita possibilitou que seu público leitor se formasse de maneira heterogênea entre 1947 e 1961, quanto a seus níveis de alfabetismo, acesso às culturas do escrito e participação no mundo da escrita. Analisando os depoimentos colhidos durante a investigação e categorizando as entrevistas, tendo em vista os processos do ler (o que, onde, quando, com quem, como e por que ler), conclui-se que, embora a revista tenha se tornado feminina nos anos 1950, homens e mulheres leram *Grande Hotel*. Do lado dos modos de apropriação da revista, apesar de ainda ser necessário trabalhar mais, em estudos futuros, alguns dados dos depoimentos orais coletados, elaborando perfis sociológicos de seus leitores, não se pode dizer que uma pessoa é exatamente aquilo que lê. Os leitores podem se deixar seduzir e serem também, ao mesmo tempo, em maior ou em menor grau, aqueles que irão subverter a(s) ordem(ns) dos textos que (supostamente) os fascinariam.

Fontes

Revistas

Grande Hotel, 1947-1961.

Grand Hôtel, 1949-1951.

Grand Hôtel, ano LXVIII, n.6, 08/02/2013.

Nous Deux, 1947-1959.

Nous Deux, n.3384, de 08/05/2012.

Depoimentos orais

¹⁹ Destacam-se, nesse sentido, em particular, as reflexões de Sullerot (1966, 1970).

Adélia, *Entrevista* [fev. 2012], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2012, 4 arquivos .mp3 (100 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Adônis, *Entrevista* [dez. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 2 arquivos .mp3 (130 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Alzira, *Entrevista* [fev. 2012], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2012, 2 arquivos .mp3 (127 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Ana Lúcia, *Entrevista I* [maio. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (74 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Ana Lúcia, *Entrevista II* [maio. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (104 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Ester, *Entrevista I* [fev. 2012], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2012, 2 arquivos .mp3 (91 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Ester, *Entrevista II* [fev. 2012], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2012, 4 arquivos .mp3 (103 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Irene, *Entrevista* [nov. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (169 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Kléber, *Entrevista* [dez. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (108 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Laís, *Entrevista* [fev. 2012], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2012, 3 arquivos .mp3 (118 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Madalena, *Entrevista* [dez. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (74 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Margareth, *Entrevista* [maio. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 1 arquivo .mp3 (70 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Nelson, *Entrevista* [out. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 6 arquivos .mp3 (171 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Wagner Emanuel, *Entrevista* [nov. 2011], Entrevistadora: Juliana Ferreira de Melo, Belo Horizonte, 2011, 2 arquivos .mp3 (232 min.). Gravação em posse de Juliana Melo.

Bibliografia

Amado, Janaína e Marieta Moraes Ferreira (comps.), *Usos & abusos da história oral*, Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996.

- Andrade, Luís Edgar de, *BAO CHI, BAO CHI*, Rio de Janeiro, Editora Objetiva, 2002.
- Antonutti, Isabelle, *Cino Del Duca (1899-1967). De la bande dessinée à la presse du couer, un patron de presse franco-italien au service de la culture de masse*, Versailles, École Doctorale Culture, Régulations, Institutions, Territoires, Centre d'Histoire Culturelle des Sociétés Contemporaines, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2012.
- Buitoni, Dulcília Schroeder, *Mulher de papel. A representação da mulher pela imprensa feminina*, São Paulo, Edições Loyola, 1981.
- Chartier, Roger, *A ordem dos livros. Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XVI e XVIII*, Brasília, Editora da Universidade de Brasília, 1994. Tradução de Mary Del Priore.
- , *A História Cultural. Entre práticas e representações*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, Memória e Sociedade, 1988. Tradução de Maria Manuela Galhardo.
- Chartier, Roger e Guglielmo Cavallo (comps.), *História da leitura no mundo ocidental*, Vol. 2, São Paulo, Ática, Coleção Múltiplas Escritas, 1999. Tradução de Cláudia Cavalcanti et al.
- , *História da leitura no mundo ocidental*, Vol. 1, São Paulo, Ática, Coleção Múltiplas Escritas 1998. Tradução de Fulvia M. L. Moretto; Guacira Marcondes Machado e José Antônio de Macedo Soares.
- Colasanti, Marina, *Minha guerra alheia*, Rio de Janeiro, Record, 2010.
- Cunha, Maria Teresa Santos, *Armadilhas da sedução. Os romances de M. Delly*, Belo Horizonte, Autêntica, 1999.
- Galvão, Ana Maria de Oliveira et al. (comps), *História da Cultura Escrita no Brasil. Séculos XIX e XX*, Belo Horizonte, Autêntica, 2007.
- Giet, Sylvette, *Nous Deux 1947-1997. Apprendre la langue du cœur*, Paris, Peeters Vrin, 1997.
- Habert, Angeluccia Bernardes, *Fotonovela e indústria cultural. Estudo de uma forma de literatura sentimental fabricada para milhões*, Petrópolis, Vozes, 1974.
- Hallewell, Laurence, *O livro no Brasil. Sua história*, segunda edição, São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2005. Trad.: Maria da Penha Villalobos; Lólio Lourenço de Oliveira e Geraldo Gerson de Souza.

Jinzenji, Mônica Yumi; Galvão, Ana Maria de Oliveira e Juliana Ferreira de Melo (comps.), *Culturas orais, culturas do escrito. Intersecções*, Campinas, Mercado de Letras, 2017.

Joanilho, André Luiz e Mariângela Peccioli Galli Joanilho, “Sombras literárias: a fotonovela e a produção cultural”, *Revista Brasileira de História*, vol. 28, nro. 56, 2008, pp. 529-548.

Melo, Juliana Ferreira de, “Formas de participação nas culturas do escrito e as apropriações de um impresso de ampla circulação. Os (supostos) leitores da revista *Grande Hotel* (Minas Gerais, 1947-1961)”, em Linhales, Meily e Thaís Fonseca (comps.), *Diálogos da História da Educação*, Ponta Grossa, Estúdio Texto, 2017a, pp. 259-275.

———, “Os leitores da revista *Grande Hotel*. A apropriação de um impresso de ampla circulação (Minas Gerais, 1947-1961)”, em Jinzenji, Mônica Yumi; Galvão, Ana Maria de Oliveira e Juliana Ferreira de Melo (comps.), *Culturas orais, culturas do escrito. Intersecções*, Campinas, Mercado de Letras, 2017b, pp. 319-345.

———, *Um impresso para mulheres e seus modos de apropriação: a revista Grande Hotel e seus (supostos) leitores (Minas Gerais, 1947-1961)*, Belo Horizonte, Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, 2013.

Meyer, Marlyse, *Folhetim. Uma história*, São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

Miguel, Raquel de Barros Pinto. *A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas de 1950 e 1960)*, Florianópolis, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

Nascimento, Ângela José do, “A trajetória da Editora Vecchi”, *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 12, nro. 60, 1989, pp. 102-106.

Sampaio, Isabel Silva, *Para uma memória da leitura. A fotonovela e seus leitores*, Campinas, Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, 2008.

Sullerot, Evelyne, *La presse feminine*, Paris: Armand Colin, 1966.

———, Evelyne, “Les photoromans”, en: Arnaud, Noël; Lacassin, Francis e Jean Tortel (comps.), *Entretiens sur la paralittérature*, Paris, Librairie Plon, 1970.

ANEXO

Quadro 1: Perfil dos leitores empíricos de *Grande Hotel*

Leitor/a	Gênero	Origem social	Pertencimento Étnico-racial	Ocupação Profissional (na época da entrevista)	Frequentava a escola regularmente na época de leitura da revista?	Disponha de material escrito em abundância, em casa, na época de leitura da revista?
Adélia	Feminino	Camadas populares	Preta, negra	Líder comunitária	Não	Não
Adônis	Masculino	Camadas populares	Branco	Empresário	Sim	Não
Alzira	Feminino	Camadas populares	Parda, negra	Pedagoga aposentada	Sim	Sim
Ana Lúcia	Feminino	Camadas populares	Preta, negra	Manicure aposentada	Não	Não
Ester	Feminino	Camadas populares	Branca	Massagista	Não	Não
Irene	Feminino	Camadas médias intelectualizadas	Branca	Dona de casa	Sim	Sim
Kléber	Masculino	Camadas populares	Pardo, negro	Estudante do Curso de História	Sim	Não
Laís	Feminino	Camadas médias intelectualizadas	Branca	Funcionária pública aposentada do Tribunal de Justiça de Minas Gerais	Não	Sim
Madalena	Feminino	Camadas populares	Parda, negra	Dona de casa	Sim	Não

Margareth	Feminino	Camadas médias intelectualizadas	Branca	Professora universitária aposentada	Sim	Sim
Nelson	Masculino	Camadas populares	Branco	Pedreiro	Não	Não
Wagner Emanuel	Masculino	Camadas médias intelectualizadas	Branco	Historiador e editor	Sim	Sim