

AS DIFERENÇAS NA REPRESENTAÇÃO VISUAL DOS GÊNEROS FEMININO E MASCULINO NOS RECLAMES DO *ALMANACH DE PELOTAS* NAS EDIÇÕES DE 1919 A 1923

KAUÊ DE CARVALHO XAVIER¹
PROFA. DRA. PAULA GARCIA LIMA²

¹UFPEL – kauecarvalhoxavier@gmail.com

²UFPEL – paulaglima@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Visto que as diferenças de gênero são criadas e mantidas por um processo complexo de construção histórica e social, a presente pesquisa se propõe a estudar a representação do gênero nos reclames do *Almanach de Pelotas*¹ de 1919 a 1923, tema do projeto de pesquisa ao qual nos inserimos. Este recorte temporal deve-se aos anos coincidentes com as edições da revista *Ilustração Pelotense*, à qual pretendemos comparar com os resultados desta pesquisa futuramente. De acordo com recorte temporal do projeto, escolhemos três exemplares com intervalos de um ano de uma edição para a outra (1919, 1921 e 1923) a fim de notar maiores mudanças no contexto histórico da época e seus reflexos na configuração editorial do impresso.

2. METODOLOGIA

Os objetivos desta investigação visam estudar a estrutura editorial dos *Almanachs* e, com isso, elaborar um mapeamento a fim de facilitar a localização das imagens e obter dados para análises posteriores das figuras do gênero feminino e masculino nestes materiais por meio de registro fotográfico. A metodologia adotada para este trabalho está baseada nas análises presentes na tese de doutorado da professora Paula Garcia Lima (2015), específica sobre o tema. Além disso, foram realizadas visitas periódicas à Biblioteca Pública Pelotense, cujo acervo conserva ainda alguns exemplares do *Almanach de Pelotas*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nos almanaques, enquanto tipologia específica de publicação, encontramos um formato curioso que resume uma multiplicidade de informações sobre uma sociedade numa determinada época. Por tratar-se de publicações anuais, seu conteúdo é variado e apresenta a finalidade de informar e entreter o leitor de acordo com seu prazo de vida útil (CARDOSO, 2009).

Quanto ao *Almanach de Pelotas*, através de análise no próprio objeto e a partir de Lima (2015), percebe-se a repetição de um padrão na configuração editorial de cada edição, organizado em três sessões: Variedades, Informações e Propaganda. (LIMA, 2015)

Para visualizar esta organização de informações de forma esquematizada e, assim, facilitar a coleta e a localização do nosso objeto de estudo no conteúdo gráfico, elaboramos um mapeamento dos reclames de página inteira nestas edições dos *Almanachs*. Este mapeamento nos permite localizar a concentração de imagens nos reclames e perceber como estão dispostos em relação ao volume total de páginas.

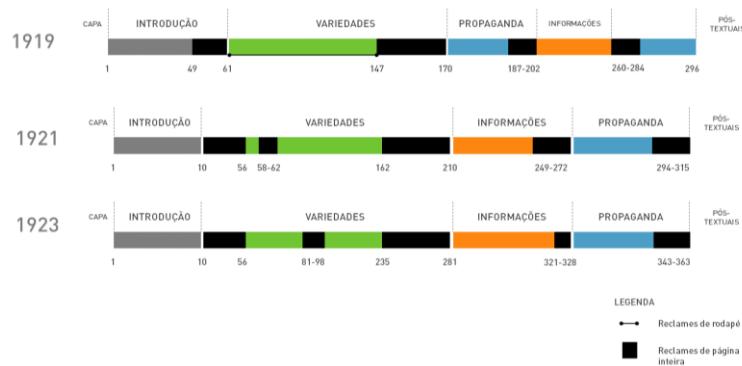


Figura 1 – Esquema de mapeamento dos reclames nas páginas dos *Almanachs de Pelotas* de 1919, 1921 e 1923. Fonte: O(s) autor(es)

Cada edição foi representada a partir de uma linha horizontal dividida por intervalos de cores distintas que representam cada sessão, Variedades (em verde), a sessão mais predominante que chega a ultrapassar 100 páginas em algumas edições, seguida de Informações (em laranja) com cerca de 40 páginas, e Propaganda (em azul) com média de 20 páginas. Já os reclames de página inteira se localizam ao fim de cada sessão, como se sugerissem uma transição de uma sessão para outra.

Os reclames apresentam uma variedade de formatos, geralmente decorativos, com molduras, ornamentos e uso de diversas tipografias em um só anúncio para exaltar o advento da modernização. Embora a ilustração seja a linguagem mais predominante nos reclames, tanto para representação feminina quanto masculina, as poucas vezes que apresentam uso de fotografias são para evidenciar autoridades masculinas (Fig. 1). Quando figurativas, as figuras masculinas tendem a ser mais realistas e apresentar elementos honorários (molduras, emblemas e outros ícones simbólicos) que se referem a um nome ou título de autoridade científica, como o autor de uma patente ou o inventor de uma nova fórmula farmacêutica, por exemplo – ou até mesmo o testemunho do uso bem-sucedido deste produto – no entanto, sempre masculina (Fig. 2). Já as mulheres são representadas como esposas, mães e donas de casa, sem espaço ou títulos de autoridade (Fig. 3).



Figura 1: Representações do gênero masculino nos anúncios em fotografia
Fonte: Almanach de Pelotas (acervo da Biblioteca de Pelotas)



Figura 2: Representações do gênero masculino nos anúncios em ilustração
Fonte: Almanach de Pelotas (acervo da Bibliotheca de Pelotas)



Figura 3: Representações ilustradas do gênero feminino nos reclames de página inteira.
Fonte: Almanach de Pelotas (acervo da Bibliotheca de Pelotas)

Segundo Barthes,

O desenho não reproduz tudo, muito frequentemente reproduz pouquíssimas coisas, sem deixar, no entanto, de ser uma mensagem forte (...). Ao passo que a fotografia, ainda podendo escolher o seu assunto, o seu enquadramento e seu ângulo, não pode alcançar o interior do objeto (...); ou, em outras palavras, a denotação do desenho é menos pura que a denotação fotográfica, pois nunca existiu um desenho sem estilo [...]" (BARTHES, 1964)

Neste sentido, pode-se considerar que o nível denotativo das representações figurativas do gênero feminino – em forma de desenho – nestes Almanachs não são imparciais; são manifestações do meio cultural que apresentam, sob o olhar dos ilustradores da época, um estereótipo aprendido e sustentado por valores resultantes de uma construção social. Recorre-se ao estereótipo para ilustrar situações do cotidiano de forma generificada. Logo, os espaços de atuação do homem e da mulher são pré-concebidos e, por vezes, opostos. Percebe-se este reflexo da estrutura social da época a partir da estrutura narrativa dos reclames, onde o reconhecimento das figuras e da mensagem se fazem entender não apenas pelas ações, mas também pela anatomia expressiva e os aspectos simbólicos dos objetos que portam em cena.

4. CONCLUSÕES

Os *Almanachs* apresentam uma organização editorial rígida e blocos de textos por vezes muito densos. Por este motivo, o mapeamento desenvolvido no início da pesquisa se apresentou como um recurso importante por facilitar o trabalho de coleta de imagens nos reclames de página inteira, em cada sessão.

No tocante à representação dos gêneros, num contexto de modernização e disputa por mercado consumidor, a publicidade da época dos *Almanachs de Pelotas*, no período que analisamos (1919-1923), mostra-se como um enunciador dos estereótipos de gênero ao sustentar o discurso das “diferenças de sexo” cujo conteúdo visual nos reclames cria personagens num contexto binário ao condicioná-las a papéis sociais restritivos. Isto faz-se evidente a partir da diferença no tratamento e no uso das linguagens visuais para a representação dos gêneros, uma vez que o desenho reproduz uma figura idealizada e socialmente construída e aprendida dos papéis pré-concebidos e atribuídos à mulher, enquanto ao homem é dedicado outro tratamento, no qual há ostentação de poder e renome.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. In: CAGNIN, Antonio L. **Os quadrinhos: um estudo abrangente da arte sequencial: linguagem e semiótica.** p. 47. São Paulo: Criativo. 2014

CARDOSO, Rafael. **Impresso no Brasil.** Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

LIMA, Paula. **Memórias de um feminino através dos reclames dos Almanachs de Pelotas (1913 – 1935).** 2015. Tese (Doutorado em Memória Social e Patrimônio Cultural) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).