

Imagens de mulheres e educação não-formal: representações de corpo na imprensa ilustrada

*Images of women and non-formal education: body
representations in the illustrated press*

*Imágenes de mujeres y educación no formal: representaciones
corporales en la prensa ilustrada*

Ariane Franco Lopes da Silva
Universidade Federal da Fronteira Sul
ariane.francolopes@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0024-9039>

Luiz Carlos Barreira
Universidade Católica de Santos
luiz.barreira@unisantos.br
<https://orcid.org/0000-0002-6746-9706>

Isabel Baptista
Universidade Católica Portuguesa
ibaptista@porto.ucp.pt
<https://orcid.org/0000-0002-6678-8481>

RESUMO

A investigação analisa a educação contemporânea não formal de mulheres a partir da observação de imagens fotográficas na imprensa no início do século XX em Portugal e no Brasil. O estudo reflete sobre a difusão de representações através da linguagem fotográfica e sobre o seu papel na educação não formal de mulheres. A teoria das representações sociais oferece o suporte teórico-metodológico ao estudo. Os dados obtidos com a análise de cenários, expressões faciais, acessórios, ornamentos e posturas corporais foram tratados pela análise de conteúdo. Os resultados indicam que esses elementos difundem tanto as convenções existentes na época, quanto novas ideias, expressas pela coexistência de distintos elementos estéticos e composicionais na mesma imagem. O estudo contribui para o debate acerca do papel das imagens na difusão de representações sociais e na resignificação dessas representações, e da sua implicação na educação não formal contemporânea.

Palavras-chave: Imagem. Corpo. Mulher. Educação Contemporânea. Representações.

ABSTRACT

The investigation analyses the contemporary non formal education of women based on the observation of photographic images in the press at the beginning of the 20th century in Portugal and Brazil. The study reflects on the diffusion of representations through

photographic language and on its role in non-formal education of women. The theory of social representations offers theoretical and methodological support to the study. The data obtained with the analysis of scenarios, facial expressions, accessories, ornaments and body postures were treated by content analysis. The results indicate that these elements spread both the existing conventions at the time, and new ideas, expressed by the coexistence of different aesthetic and compositional elements in the same image. The study contributes to the debate about the role of images in the diffusion of social representations and the re-signification of these representations, and their implication in contemporary non-formal education.

Keywords: *Image. Body. Woman. Contemporary Education. Representations.*

RESUMEN

La investigación analiza la educación contemporánea no formal de las mujeres a partir de la observación de imágenes fotográficas en la prensa a principios del siglo XX en Portugal y Brasil. El estudio refleja sobre la difusión de las representaciones a través del lenguaje fotográfico y sobre su papel en la educación no formal de las mujeres. La teoría de las representaciones sociales ofrece soporte teórico y metodológico al estudio. Los datos obtenidos con el análisis de escenarios, expresiones faciales, accesorios, adornos y posturas corporales fueron tratados mediante análisis de contenido. Los resultados indican que estos elementos difunden tanto las convenciones existentes en la época, como las nuevas ideas, expresadas por la coexistencia de diferentes elementos estéticos y compositivos en una misma imagen. El estudio contribuye al debate sobre el papel de las imágenes corporales en la difusión de las representaciones sociales y la resignificación de estas representaciones, y su implicación en la educación no formal contemporánea.

Palavras chave: *Imagen. Cuerpo. Mujer. Educación contemporánea. Representaciones.*

Introdução

A presente investigação examina fotografias de mulheres na mídia impressa ilustrada na primeira metade do século XX em Portugal e no Brasil e discute como essas imagens e representações viabilizaram a divulgação de modos de vida das mulheres, de normas e padrões de comportamento e de novas possibilidades de formação e de atuação feminina nas artes, no esporte e nas mais diversas áreas de atuação social e de trabalho. Dentre as publicações portuguesas editadas no início do século XX, o suplemento semanal do jornal O Século, intitulado Ilustração Portuguesa, chama a atenção pela riqueza das imagens que ilustram as matérias sobre a mulher e sobre o feminino. Embora editado em Portugal, o suplemento também foi distribuído no Brasil, e se constituiu em um importante meio de comunicação, de informação e de formação daquela população. O estudo problematiza a educação contemporânea do início do século XX ao olhar para essas fotografias enquanto linguagem que comunica saberes sobre o feminino e que permite

reflexões críticas sobre a identidade feminina e sobre a formação das mulheres no passado e na atualidade.

No caso de Portugal, o estudo refere-se a uma época histórica particularmente relevante, correspondendo aos primeiros anos de implementação da 1ª República, declarada a 5 de outubro de 1910. Uma data celebrada anualmente, como um dos feriados nacionais mais importantes. O projeto republicano deu, naturalmente, especial destaque aos meios de comunicação, enquanto veículo dos seus ideais. Ao mesmo tempo “a propaganda republicana, a fim de vencer as barreiras do analfabetismo, apostou na divulgação de pequenos textos, na criação de coleções especializadas e na iconografia: a imagem era uma forma de chegar de um modo mais direto a todos os cidadãos” (PEIXINHO; SANTOS, 2011. p. 12). É curioso notar que a imagem da 1ª República, presente nos livros de História e nos mais diversos materiais de divulgação, como postais, panfletos ou cartazes, é representada escultoriamente através do busto de uma mulher de seios desnudados.

Partindo-se do princípio que imagens gráficas da figura humana podem desvelar detalhes sobre quem são os sujeitos representados, entendemos que elas também representam a mulher no contexto de um projeto de modernização de Portugal na época. Esse valor reside no fato de que as representações gráficas não seriam apenas cópias da realidade, mas representações de aspectos culturalmente discriminados de objetos culturalmente selecionados (JOLY, 2019). Esse valor reside ainda na maneira como as representações visuais de um sujeito expressam a intenção do autor da imagem de que ela seja interpretada e compreendida pelo público ao qual ela se destina (HOWARTH, 2006). É nesse sentido que a percepção, tanto quanto a produção de imagens, têm um valor metodológico, pois elas se apoiam nas convenções. Assim, interpretamos representações gráficas e deciframos o mundo de uma maneira cultural (METZ, 1970) e compreendemos as imagens segundo os conhecimentos que circulam na sociedade.

Embora estejamos sendo constantemente confrontados com imagens e experiências imagéticas, as Ciências Sociais têm-se apoiado pouco em análises de percepções e representações visuais (EMMISON; SMITH, 2000, FYFE; LAW, 1988). Entretanto, alguns autores ressaltam, no âmbito do debate sobre metodologia de investigação em representações sociais, a importância da análise de imagens para a compreensão do sentido completo de uma mensagem (BAUER; GASKELL, 2008, DE ROSA; FARR, 2001, DE ROSA, 2014, SILVA; COHEN; GAYMARD, 2020) e do seu papel como canal

de expressão de diferentes aspectos de identidades sociais (JODELET, 2006). Portanto, partimos do pressuposto que fotografias veiculadas pela mídia a um grande público tornam-se um canal interessante de expressão de representações, difundindo conhecimentos e revelando modos de ver, interpretar e de dar sentido ao mundo.

Quando comparadas às pinturas e aos desenhos, as fotografias têm um caráter mais imediato, natural e estável de representar pessoas e, desde o século XIX, vêm expressando identidades e modelos sociais (MICHAUD, 2009). Para Emmison & Smith (2000) mesmo quando manipuladas, conscientemente ou não, elas têm o potencial de serem construções sociais com fins ideológicos, possibilitando a observação de aspectos das condutas sociais e das estruturas sociais. Para Sontag (1977), as fotografias são veículos do que é convencionalmente considerado bonito e belo e elas ampliam e difundem a nossa noção do que é esteticamente agradável. Possivelmente, por essa razão, as imagens femininas reproduzidas em revistas e na mídia impressa facilitam também a publicidade de produtos. Ao associarem um produto a um tipo de corpo, por exemplo, as imagens do produto reforçam um sentido de ser feminino (HOWSON, 2004; GOFFMAN, 1979). O que esses estudos indicam é que os códigos visuais emitem informações sobre a identidade das pessoas, como gênero, profissão e sua posição socioeconômica, e os elementos visuais que compõem uma imagem, por serem categorizados e identificados pelos outros como indicativos de pertencimentos grupais (FRITH, 2012), são utilizados para comunicar conhecimentos, ideias, valores e atributos estéticos convencionais.

A fotografia no início do século XX

A imprensa ilustrada, um dos ícones da “segunda modernidade do capital” (ALVES, 2007), impulsionou e estimulou o debate de temas sociais por meio de palavras e imagens, veiculou as visões de diferentes indivíduos e grupos sociais sobre fatos e acontecimentos e funcionou também como um instrumento de formação não escolar. O papel das imagens na imprensa periódica em Portugal, a partir de 1834, era o de alcançar e cativar um público bastante diverso de sujeitos, pela facilidade com que ilustrações e fotografias transmitiam esses acontecimentos (TENGARRINHA, 2013). As imagens também veiculavam conhecimentos sobre cuidados com a saúde, higiene e normas de comportamento e apresentação em público para as mulheres, por exemplo.

Um fenômeno parecido havia ocorrido na França. Por meio das imagens fotográficas, transmitia-se de maneira rápida e simples as maneiras de ser e de se

comportar em alguns meios sociais assim como hábitos, atividades de trabalho e de lazer. Segundo Freund (2010), a fotografia foi um instrumento pelo qual a nova burguesia e as novas camadas sociais, resultado do desenvolvimento econômico e social pelo qual passava a França por volta dos anos de 1850, representavam a si mesmas. Com maior segurança material, essas camadas sociais aspiravam poder, visibilidade e se afirmar “através de sinais exteriores” (FREUND, 2010, p. 67). Os pintores se rendiam a essa necessidade e utilizavam técnicas que tornavam a figura humana mais agradável e adaptada ao gosto da clientela. Os fotógrafos da época fizeram algo parecido ao “transportar para o interior da arte fotográfica os hábitos estéticos que reinam na massa” (FREUND, 2010, p. 73). Para a autora, as imagens de toda a estatura, dos gestos, dos acessórios que ornaram a figura e dos cenários com móveis e objetos decorativos ajudam a contar uma história sobre o tipo representado. Essa busca pela distinção iniciou-se, conforme aponta Elias (1978^a [1939]), nos séculos XVII e XVIII com a emergência das cortes na Europa, que institucionalizaram estratégias de controle de gestos, expressões faciais e vestimentas para diferenciar as pessoas umas das outras e comunicar posições, status e valor social. Os estudos de Goffman (1969) mostram como essa procura pela distinção, que vem desde o século XVII, impulsiona o gerenciamento da apresentação nas sociedades contemporâneas, com o objetivo de causar uma impressão e expressar identidades. Bynum (1989, p. 171) aponta ainda para o fato de que os corpos se comportam de diferentes maneiras em diferentes momentos históricos e por essa razão “contam histórias”. Nesse sentido, a expressão da identidade social, modos de vida e atividades profissionais e de lazer se beneficiaram com o advento da fotografia, que permite fixar imagens de corpo de forma impressa e propagá-las rapidamente a um número variado de pessoas. Temos como hipótese que as fotografias nas capas do suplemento Ilustração Portuguesa veiculam representações em construção de identidades femininas e dos diversos papéis das mulheres na sociedade, uma vez que esses eram tópicos cobertos pelo suplemento (VAQUINHAS, 2011a).

Referencial teórico

Este estudo encontra suporte teórico e metodológico na Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 1978). As representações sociais são conhecimentos de senso comum, que nascem dos contatos cotidianos entre as pessoas de um determinado grupo social. Para o autor, esse tipo específico de conhecimento tem a

importante função de guiar as ações, os comportamentos e os julgamentos que fazemos de temas sociais. Tem ainda a função de dar coesão a um grupo, pois todos os seus membros compartilham os saberes, valores e práticas que caracterizam o grupo, auxiliando assim na construção de sua identidade. As representações sociais facilitam a comunicação entre as pessoas, por se tratar de saberes consensuais, embora cada representação possa conter também elementos contraditórios e específicos de subgrupos de pessoas que compõem o grupo maior. As representações sociais emergem dos esforços das pessoas em tornar familiar algo novo. Nesse exercício, procura-se relacionar novas ideias e imagens ao que já é conhecido, às categorias e referenciais que já conhecemos e que circulam no meio social, encontrando semelhanças. Essa procura pelo já conhecido, e que nos ajuda a entender o novo, é denominado por Moscovici (2003) como ancoragem. Esse processo ameniza a estranheza e o desconforto que uma nova ideia, imagem, conhecimento ou normas de conduta, podem causar (MOSCOVICI, 1978). Nesse movimento de procurar referenciais, categorizamos o novo, classificando-o e nomeando-o. Sem o processo de ancoragem, o novo, com suas ambiguidades, diferentes configurações e sentidos, dificultaria a interação humana. A objetivação é outro processo que gera representações sociais. Para Moscovici (2003), objetivar significa “reproduzir um conceito em uma imagem” (MOSCOVICI, 2003, p. 72), dando-lhe uma forma. Assim, o novo materializa-se, em uma imagem ou palavra que o designa, permitindo que ele seja falado e discutido.

Moliner (1996) entende que algumas imagens, assim como as palavras, objetivam os diferentes elementos que compõem as representações. Para ele, as imagens abrigam um conjunto de características e propriedades atribuídas aos objetos. Vistas dessa maneira, as imagens fotográficas de pessoas podem conter elementos que refletem atribuições dos outros ao sujeito representado. Essas atribuições estariam ancoradas nos referenciais culturais e nas convenções, o que lhes confere o status de representação social, e se constituem como meios de acesso aos elementos que compõem essas representações. Desta forma, as imagens de mulher dão forma a um conhecimento sobre essa identidade, objetivando-a, e refletindo significados atribuídos a ela. As imagens fotográficas podem conter também elementos novos sobre uma determinada identidade social, que não se conformam tanto aos padrões sociais, uma vez que são produto de uma representação social que está sempre em mutação. A perspectiva das representações sociais permite que se analise tanto os elementos icônicos que se mantêm iguais e são

reproduzidos, quanto os que trazem novas configurações e imprimem sobre a representação feminina novas características.

As representações podem ser expressas pelos processos de propagação, propaganda e difusão (MOSCOVICI; MARKOVÁ, 2001). Para os autores, propagar significa socializar um determinado saber com um discurso mais preparado, que pode motivar a uniformidade, incentivar a convergência em torno de uma ideia comum e estimular a imitação de padrões. A propaganda é um processo intencional de comunicação que distingue e salienta os elementos dispare de uma única categoria, simplificando-os entre os polos positivo e negativo. Já a difusão tem o objetivo de propor ideias e comportamentos possíveis, sem a intenção de provocar um comportamento único (VALA; CASTRO, 2013). É uma modalidade de comunicação, típica da mídia impressa como jornais e revistas, que tratam de temas diversos e atingem um grande número de pessoas heterogêneas e pertencentes a grupos variados. A modalidade da difusão não só comunica informações, mas também visa “fazer falar de um assunto” (VALA; CASTRO, 2013, p. 590). Portanto, esse pode ter sido o processo utilizado para comunicar, a um grande e variado público, as diversas identidades femininas da época, os diversos papéis que as mulheres ocupavam, e as possibilidades de mudança desses papéis. Pela difusão de imagens, conhecimentos sobre variados temas, papéis sociais e identidades sociais do universo feminino tornaram-se objetos de conversação. Temos como hipótese que algumas representações sociais também foram difundidas por essas imagens a um público maior e mais variado, contribuindo para a educação não-formal dessas populações. Algumas imagens poderiam comunicar conhecimentos, valores e os tipos de mulheres já existentes, com seus papéis bem delineados na sociedade, enquanto outras poderiam difundir tipos diferentes e variados de mulheres, possivelmente desvelando as identidades femininas que se desejava difundir.

Procedimentos metodológicos

O estudo apoia-se em um instrumento desenvolvido por Silva & Barreira (2017) para análise de imagens de mulheres na imprensa ilustrada e amplia esse instrumento para analisar as imagens nas capas do periódico *Ilustração Portuguesa* entre os anos de 1911 a 1915. O objetivo é identificar os elementos imagéticos, estéticos e composicionais das fotografias e refletir sobre o seu valor simbólico e cultural. Objetiva também identificar os elementos corporais como postura, ornamentos e expressão facial que

transmitem os novos modos de ser das mulheres e as novas tendências na sua formação. A abordagem para a análise de imagens encontra suporte nos estudos de Bardin (1977), Bauer & Gaskell (2008), Silva, Cohen & Gaymard (2020) no que se refere ao seu valor nos estudos psicossociais e nos trabalhos de Barthes (1977) para quem a interferência humana, com arranjos no foco, enquadramento e luz, oferece à imagem fotográfica um valor simbólico que pode ser interpretada no plano conotativo.

Após uma análise inicial das capas, selecionamos as que continham imagens de mulheres adultas em enquadramento central, com legendas nas figuras. Um pequeno número de capas continha pinturas e desenhos que se aproximam de retratos ou retratos retocados, e optou-se por considerar todas essas formas de representação para a presente análise. Na primeira etapa de análise foram catalogados detalhes da postura do corpo, da expressão facial, dos acessórios e do contexto ou cenário onde a pessoa foi fotografada. A análise foi baseada nos estudos que refletem sobre a imagem do corpo humano e a comunicação de estados de espírito, participação em grupos e identidades sociais (SILVA, 2011, 2015; MORAES; SILVA, 2016; SANTOS; SILVA, 2017; SILVA; BARREIRA, 2017; SILVA; COHEN; GAYMARD, 2020). Trata-se de uma análise mais descritiva e denotativa, que dissecou a imagem em unidades menores e que lista e observa os elementos corporais e espaciais mais salientes, criando um inventário. Nessa etapa, foram elaboradas também classificações dessas unidades em categorias como espaço, expressão facial, ornamento e corpo. Essas categorias foram comparadas a uma outra categoria que organiza as fotografias segundo o grupo social das personagens. Esse cruzamento de categorias, permitiu uma análise mais articulada das imagens, procurando compreender as possíveis mensagens que estavam sendo veiculadas. Os dados foram tabulados e as tabelas mostram a distribuição das frequências das categorias e a relação entre elas. A categoria Grupo social teve como base o título dado à imagem, que descrevia a pessoa retratada, facilitando a identificação do seu status social e a atividade que exercia. Essa categoria contém três subcategorias: artistas, aristocracia/burguesia e comuns. Na subcategoria artistas foram agrupadas imagens de atrizes de teatro, dançarinas e cantoras, portuguesas e estrangeiras. A subcategoria aristocracia/burguesia contém imagens de condessas, rainhas e imperatrizes, portuguesas e estrangeiras, além de membros da emergente burguesia, com legendas que nomeavam essas pessoas. Na subcategoria comuns, temos as fotografias de mulheres do campo e da cidade, trabalhadoras e donas de casa executando tarefas do dia-a-dia, como pescar e lavar roupa.

A categoria espaço contém os elementos composicionais espaciais e de decoração do ambiente onde a figura está inserida e possui três subcategorias: espaço interno, espaço externo e espaço neutro. Os ambientes onde as pessoas são fotografadas trazem elementos que funcionam como símbolos, cujos referentes são arbitrários (EMMISON; SMITH, 2000). O espaço regula a interação social e as relações de poder entre as pessoas (FOUCAULT, 2004), expressa formalidade, informalidade, tradição e permanência (STIMSON, 1986) e influencia a nossa percepção sobre quem são as pessoas que o frequenta (KNAPP; HALL, 1999, EMMISON; SMITH, 2000). Na subcategoria espaço interno, classificou-se as fotografias onde as mulheres são retratadas em ambientes como uma sala, biblioteca ou escritório. Na subcategoria espaço externo, foram classificadas as fotografias em locais abertos como jardins, ruas, praças e margens de rios. Na subcategoria espaço neutro, foram classificadas imagens onde não é possível identificar o contexto espacial onde a figura está inserida. O pano de fundo é desfocado, geralmente decorado com desenhos ao redor da imagem.

A categoria expressão facial é formada por duas subcategorias que refletem diferentes estados emocionais: sorriso e séria. Na subcategoria sorriso foram classificadas imagens de rosto de mulheres com uma expressão leve e feliz. Na subcategoria séria foram classificadas as faces com expressões mais fechadas, possivelmente representando o sentimento de sobriedade ou tristeza. Desde os estudos de Darwin (1877) sobre a expressão das emoções, vários outros investigadores vêm se dedicando à análise da face enquanto reguladora das interações humanas e do seu papel na expressão da personalidade e dos estados emocionais e como ela complementa outras formas de comunicação (GOFFMANN, 2011, FERNANDÉZ-DOLS; CARRERA, 2001 e KNAPP; HALL, 1999). O sorriso está associado ao sentimento de felicidade e de harmonia (ROTENBERG et al., 2003) e nos remete às sensações de cordialidade entre as pessoas (MATSUMOTO; HWANG, 2013). A expressão facial na fotografia pode indicar uma maior ou menor predisposição às interações sociais, e nesse sentido funcionar como um símbolo de proximidade.

A categoria ornamento possui os objetos de uso pessoal como vestimentas e acessórios que servem de adorno para o corpo e para os cabelos. Segundo Emmison & Smith (2000), Goffman (1969) e Knapp & Hall (1999), o corpo pode ser modificado e seus movimentos e posturas adaptados para expressar significados e categorizações sociais. Vestimentas e acessórios modificam esteticamente a imagem do corpo e nesse sentido

funcionam como símbolos (HALL, 2011) e expressam conceitos como formalidade, grupos de pertença e status social (SIMMEL, 1957). A categoria possui três subcategorias: acessórios, penteado e objetos de adorno. Na subcategoria acessórios as figuras apareciam com chapéus de variados tamanhos e modelos. Na subcategoria penteado reuniu-se as figuras com os cabelos soltos ou presos, sem chapéus, fitas e lenços. Na subcategoria objetos de adorno, foram classificadas as figuras que aparecem com véus, lenços, fitas ou flores nos cabelos.

A categoria corpo agrupa detalhes sobre a forma da figura, que enfatiza e chama a atenção para uma determinada parte do corpo. Esses enquadramentos podem transmitir um determinado estado de espírito (MILLUM, 1975, GRAHAM, 1977). As imagens com o foco no rosto e no torso ampliam a visão do estilo de penteado e facilitam a visualização de acessórios como joias e chapéus, transmitindo informações sobre identidade e *status* social. Já as tomadas de corpo inteiro podem incluir outros elementos na fotografia, como móveis e peças decorativas, além de mostrar mais detalhadamente o ambiente em que a figura se encontra. A categoria, Corpo possui duas subcategorias: torso e corpo inteiro. Na subcategoria torso encontram-se imagens parciais das mulheres, com o foco no rosto e no torso. Na subcategoria corpo inteiro, as mulheres foram representadas integralmente, de pé ou sentadas.

Na segunda fase de análises, procurou-se observar a coexistência de diferentes elementos composicionais, obtidos a partir do inventário denotativo, em uma mesma imagem. As fotografias que contêm arranjos de elementos de diferentes categorias oferecem à sua composição um caráter menos convencional. Essas fotografias podem revelar o intuito de capturar alterações nas representações de ser mulher, ou representar grupos minoritários dentro de um grupo maior. Elas traduzem experiências de vida, atuações profissionais e participações públicas mais ativas, e que possivelmente tiveram uma educação mais sistematizada. Essas imagens poderiam ter objetivado tipos variados de mulheres, com atuação em diferentes setores sociais, como nas artes, nos esportes, na saúde e em outras profissões liberais, que se desejava difundir na época.

Imagens e suas classificações

Os seguintes exemplos de fotografias nas capas do periódico ilustram como as imagens foram classificadas: A figura na capa de número 319 de 1912 foi classificada como pertencente ao grupo social artistas, com o título 'A dançarina Nalierkoska'. A imagem foi

classificada na subcategoria espaço neutro, pois não estava claro o contexto onde foi fotografada e na subcategoria séria, pois ela não está sorrindo. Em relação ao corpo, foi classificada na subcategoria torso, pois não se vê o corpo inteiro, e em termos de ornamento, na subcategoria objetos de adorno, por possuir uma fita no cabelo. A figura na capa 414 de 1914 foi classificada no grupo social aristocracia/burguesia, tendo como base o seu título: 'Sra. Dona Luiza de Castro Ferreira, distinta amadora de música'. A imagem foi classificada na subcategoria espaço neutro, pois possui um pano de fundo acinzentado e desfocado. A expressão facial foi classificada como séria, pois apresenta uma fisionomia serena, e seu corpo na subcategoria torso, uma vez que a fotografia não mostra o corpo inteiro. Em relação ao ornamento, a imagem foi classificada na subcategoria penteado, por conta do arranjo do cabelo. A imagem na capa de número 291 de 1911 foi classificada como pertencente ao grupo social comum, pois seu título era 'Vindimadoras'. Na categoria espaço e cenário, foi classificada como espaço externo, uma vez que a personagem principal estava em uma plantação de uvas. Na categoria expressão facial, foi classificada como sorriso, pois estava com uma expressão sorridente. Em relação ao corpo, a imagem foi classificada na subcategoria corpo inteiro, uma vez que a figura principal é retrata inteiramente e em relação ao ornamento, foi classificada na subcategoria objeto de adorno, por estar com um lenço na cabeça.

Resultados

Primeira fase de análises: elementos convergentes

Do total de 260 capas do periódico Ilustração Portuguesa entre os anos de 1911 e 1915, foram selecionadas 206, pois elas continham somente imagens de mulheres, ou imagens onde elas eram as protagonistas da cena, com enquadramento central. A tabela 1 mostra a distribuição das 206 capas na categoria Grupo social entre os anos de 1911 e 1915.

período histórico	artistas	aristocracia/burguesia	comuns
de 1911 a 1915	54 (26,21%)	117 (56,79%)	35 (16,99%)

Tabela 1 – Distribuição das fotografias na categoria grupo social (n = 206)

Fonte: Dados da pesquisa

É possível observar que há um maior número de imagens classificadas na subcategoria aristocracia e burguesia, e um número razoável de imagens de mulheres

artistas e comuns nas capas do periódico, o que pode estar indicando o desejo de representatividade na vida pública de um público feminino diverso. Possivelmente, nesse período histórico, grupos de mulheres mais ativos na vida pública, como as que formavam a crescente burguesia e as artistas, pressionavam por mudanças em termos de seus papéis na sociedade. A veiculação de suas imagens satisfazia às necessidades de representação desse público que, como afirma Vaquinhas (2011b), via na fotografia um mecanismo de produção de memória que permitia a afirmação de identidades individuais e coletivas.

Categoria espaço	interno	externo	neutro	Significância (p < .001) grau de liberdade = 4
artistas	12 (22,2%)	5 (9,25%)	37 (68,51%)	
arist./burg.	41 (35,04%)	30 (25,64%)	46 (39,31%)	chi-quadrado 49.702
comuns	5 (14,28%)	25 (71,42%)	5 (14,28%)	

Tabela 2 – Cruzamento das categorias Grupo social e Espaço/cenário (n = 206) frequência e chi-quadrado

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 2 mostra o cruzamento de dados da categoria Espaço/cenário com a categoria Grupo social e o cálculo do chi-quadrado. Esse cálculo indica que os valores se distanciam entre si de maneira significativa. As artistas, quando retratadas, apareceram muito mais vezes em espaços neutros. Já as mulheres comuns foram muito mais frequentemente retratadas no espaço externo, quando apareciam executando um trabalho ou atividade. As imagens das mulheres da aristocracia/burguesia foram distribuídas de forma mais igualitária entre os tipos de espaços e cenários, com uma ocorrência um pouco maior no espaço neutro. Percebe-se que a demarcação e o uso do espaço ou de cenários nas fotografias servem para a comunicação de identidades e pode nos dar pistas sobre o gerenciamento das funções e das atividades das mulheres no início do século XX. A demarcação de espaços ajuda a informar quem são as pessoas que os habitam (KNAPP; HALL, 1999) e como elas se relacionam com outras pessoas (FOUCAULT, 2004), pois expressam elementos como formalidade ou informalidade (STIMSON, 1986). No caso das mulheres da categoria aristocracia/burguesia, o espaço interno com móveis, cadeiras, sofás, tapetes, cortinas e peças decorativas ajudavam a distingui-las das outras mulheres, associando-as à tradição, formalidade e a um *status* social mais elevado. Mas, elas também foram muito comuns na subcategoria espaço neutro, onde o fundo estava desfocado. Esta composição oferece uma outra qualidade à fotografia, pois o público não desvia o olhar da

figura principal e a expressão facial, o penteado e os ornamentos ajudam a descrever a pessoa fotografada. Ao cruzarmos os dados dos resultados da categoria expressão facial com a categoria grupo social (ver tabela 3), percebemos alguns padrões nas imagens.

Categoria	sorrindo	séria	Significância (p < .109) grau de liberdade = 2
Expressão facial			
artistas	24 (44,44%)	30 (55,55%)	
arist./burg.	33 (28,20%)	84 (71,79%)	chi-quadrado 5.445
comuns	15 (42,85%)	20 (57,14%)	

Tabela 3 – Cruzamento das categorias grupo social e expressão facial (n = 206) – frequência e chi-quadrado

Fonte: Dados da pesquisa

O resultado do chi-quadrado indica que os valores se distanciam de forma significativa. De uma maneira geral, encontrou-se muito mais faces classificadas como sérias do que sorrindo, e o cruzamento de grupo social com expressão facial mostra um número superior de mulheres da subcategoria aristocracia/burguesia na subcategoria séria. Ao cruzarmos essas categorias vemos que o tipo de expressão facial funciona como símbolo de distinção e ajuda a construir a imagem que se deseja comunicar da pessoa retratada. A face mais séria e sóbria pode indicar distanciamento e formalidade e ser interpretada como uma estratégia para comunicar monitoramento e controle das emoções. A distinção entre as pessoas poderia ser expressa pela expressão mais sóbria, o que explicaria a sua alta ocorrência em um grupo com um status social mais elevado. Como o sorriso está mais associado ao sentimento de felicidade e harmonia (ROTENBERG *et al.*, 2003), proximidade e cordialidade (MATSUMOTO; HWANG, 2013), isso possivelmente explicaria a sua maior ocorrência entre as mulheres classificadas como artistas e as comuns.

Quando comparamos os dados da categoria ornamento com os dados da categoria Grupo social (ver tabela 4) observamos que há diferenças significativas. Um número significativo de imagens de mulheres comuns apareceu usando lenços ou fitas nos cabelos, na subcategoria adorno. Outro grupo retratado usando esse tipo de ornamentos foi o de artistas. Quase metade das imagens de mulheres da aristocracia/burguesia apareceu com penteados elaborados, e um número considerável delas foi retratado usando chapéus.

Categoria ornamento	acessório	penteadado	adorno	Significância (p < 0.001) Grau liberdade = 4
artista	9 (16,66%)	20 (37,03%)	25 (46,29%)	
arist./burg.	35 (29,99%)	53 (45,29%)	29 (24,78%)	chi-quadrado 33.136
comum	3 (8,57%)	5 (14,28%)	27 (77,14%)	

Tabela 4 – cruzamento das categorias grupo social e ornamento (n = 206) frequência e chi-quadrado

Fonte: Dados da pesquisa

Essas diferenças são interessantes, pois o lenço esteve mais vezes associado às mulheres comuns, enquanto o chapéu (acessório) ou o cabelo sem ornamentos estiveram mais presentes no grupo da aristocracia/burguesia. O chapéu pode ser associado aos eventos mais formais, enquanto o lenço aos rituais religiosos e ao trabalho.

A tabela 5 apresenta os resultados do cruzamento das categorias Grupo social com Corpo. O cálculo do chi-quadrado indica que as diferenças são significativas. Os dados mostram que houve mais imagens de mulheres de corpo inteiro entre as classificadas na categoria mulheres comuns e um número considerável de mulheres da aristocracia/burguesia na subcategoria corpo inteiro.

Categoria corpo	torso	corpo inteiro	Significância (p < .001) grau de liberdade = 2
artista	34 (62,96%)	20 (37,03%)	
arist./burg.	43 (36,75%)	74 (63,24%)	chi-quadrado = 19.94
comum	6 (17,14%)	29 (82,85%)	

Tabela 5 – Cruzamento das categorias grupo social e corpo (n = 206) – frequência e chi-quadrado

Fonte: Dados da pesquisa

As imagens de corpo inteiro permitem observar um maior número de informações sobre quem é a pessoa retratada, pois apresentam detalhes da vestimenta e do contexto onde ela está situada, divulgando informações sobre a atividade que exerce e seu grupo de pertença. As mulheres trabalhadoras, do campo, pescadoras e donas de casa foram fotografadas em sua maioria de corpo inteiro e em ambientes externos. É possível ver que, em muitos casos, elas estão descalças e com roupas adaptadas ao trabalho manual. As imagens de corpo inteiro das mulheres de um grupo social mais elevado mostram suas vestimentas, objetos decorativos e mobília que servem como símbolos de seu *status* social.

As artistas aparecem com frequência na subcategoria torso, que embora tenha como foco o rosto, o estilo de penteado, os acessórios e os ornamentos, são menos grandiosos e imponentes que os retratos de corpo inteiro.

Segunda fase de análises: elementos contrastantes

Os próximos resultados decorrem da segunda rodada de análises das imagens que procurou observar a coexistência de elementos composicionais diferentes na mesma imagem, pois eles podem oferecer novas qualidades à figura representada. Para essa análise foram selecionadas 22 capas do suplemento: 2 em 1911, 3 em 1912, 5 em 1913, 5 em 1914 e 7 em 1915. Essas capas possuem elementos imagéticos que teriam o intuito de difundir tanto as convenções existentes na época, quanto novas ideias sobre o papel das mulheres na sociedade e sua atuação social. Elas podem ser interpretadas também como representativos dos futuros e desejáveis traços femininos a serem propagados na sociedade, indicando tipos de mulheres que se almejavam desenvolver, imitar e propagar. Fotografias com posturas corporais diferentes, ou que mostram a pessoa exercendo uma atividade esportista, ou artística, como na dança, na música e no teatro, ou atividades de lazer, também foram enquadradas nessa categoria. A maneira com que novos elementos composicionais encontram os mais tradicionais, compondo uma outra imagem, pode indicar uma complexa negociação de valores e tradições e uma tentativa de transmitir a ressignificação da identidade feminina e do papel das mulheres na sociedade.

A fotografia de uma atriz de teatro que aparece trabalhando na guerra como enfermeira é um exemplo de imagem analisada como contendo elementos composicionais contrastantes. Outra capa mostra uma personagem de um grupo social elevado, de chapéu e com uma raquete na mão. Essas imagens conotam força e habilidades físicas, o que difere das outras habilidades mais tipicamente relacionadas às mulheres. Em outra fotografia vê-se uma advogada, que foi classificada na subcategoria espaço interno, com expressão facial séria e sóbria, e com os cabelos sem ornamentos. A cor preta da sua vestimenta contrasta com os tons mais claros e leves dos vestidos da maioria das mulheres representadas nas outras capas do periódico. O arranjo da fotografia se apropria de elementos espaciais tradicionais nos retratos masculinos, como a cadeira em que ela está sentada e as pilastras de pano de fundo, que são imponentes e comunicam formalidade e poder. A mesa onde ela se apoia e segura um livro aberto também expressa um ambiente de trabalho, que contrasta com o ambiente privado mais convencionalmente associado às mulheres.

Considerações Finais

Identificar os elementos imagéticos composicionais mais comuns e os menos convencionais nas imagens de corpo nos permite compreender como se deu a negociação entre os saberes tradicionais e os novos conhecimentos sobre ser mulher no início do século XX e o protagonismo dos meios de comunicação na divulgação desses conhecimentos. A mídia impressa apresentou as personagens em diferentes contextos e atividades e de diferentes formas, transformando-as em objetos de conversações cotidianas. As imagens são poderosos instrumentos de comunicação, uma vez que sintetizam um conjunto de informações e saberes sobre diversos temas sociais, que são interpretados por um vasto número de pessoas de forma rápida (MOLINER, 1996). Nesse sentido, podem tanto difundir conhecimentos e comportamentos considerados próprios da época, refletindo tradições e costumes, como propagar novas possibilidades de comportamentos, saberes e valores. As capas analisadas poderiam ter traduzido os futuros e desejáveis tipos de mulher que se almejava difundir e que expressavam a possibilidade histórica de superação e de substituição de padrões. A visibilidade dada aos diferentes segmentos sociais nas capas do periódico pode estar a refletir o reconhecimento do protagonismo social de grupos femininos variados. Pode estar ainda a representar uma nova estrutura social, produto de profundas transformações sociais, políticas e culturais da época, ao valorizar cada um desses grupos no que eles tinham de específico.

As mulheres empenharam-se ativamente na concretização dos valores republicanos, tendo, de forma pioneira, pugnado pela afirmação dos seus próprios direitos civis, políticos e sociais. No entanto, o desejo de serem reconhecidas como cidadãs entre cidadãos acabou por ser frustrado a muitos níveis, como, por exemplo, no que se refere ao direito de voto, consagrado na primeira Constituição da República (1911). Neste contexto, sobressai o simbolismo do voto solitário da sufragista Carolina Beatriz Ângelo que, aproveitando a ambiguidade da lei eleitoral, reclamou a sua “condição de viúva e chefe de família”, tornando-se assim a primeira mulher a exercer o direito de voto em toda a Europa Central e do Sul. Citando o historiador Manuel Loff (2010, p.13), a “República criou muitas expectativas nas mulheres portuguesas, mas cumpriu apenas uma parte das suas promessas reformistas”. As imagens das mulheres publicadas na imprensa periódica da época retratam, precisamente, e de forma paradigmática, as hesitações e contradições do projeto republicano, refletindo, sobretudo, os valores e os costumes das classes médias e mais escolarizadas das cidades. Neste sentido, pode dizer-se que essas imagens

desempenharam um papel marcante na sociedade, tendo contribuído para a mudança de mentalidades num país predominantemente rural e analfabeto.

Como nos mostra Moscovici (2003), as minorias podem popularizar um conhecimento, ou uma representação, espalhando uma ideia nova em um ambiente social. Os agentes da mídia impressa e os fotógrafos podem ter tido essa função de popularizar um conhecimento ou uma nova ideia ou tornar mais visível um determinado grupo social, ou pessoas com diferentes atuações sociais. É com esse sentido que algumas imagens difundem novos traços de mulher, por meio da coexistência de diferentes elementos visuais e estéticos na mesma figura. O estudo contribui para o debate acerca do papel das mídias na difusão de representações e o seu impacto na educação não formal das pessoas, criando expectativas novas, motivando e dando visibilidade ao diferente e às variadas formas de ser nas esferas públicas e privadas.

Referências

- ALVES, Giovanni. **Dimensões da reestruturação produtiva**. Ensaios de sociologia do trabalho. 2 ed. Londrina: Praxis, Bauru: Canal 6, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARTHES, Roland. Rhetoric of the image. In: BARTHES, Roland. **Image, music, text**. NY: Hill & Wang, 1977.
- BYNUM, Caroline Walker. The female body and religious practice in the later Middle Ages. In: FEHER, Michel (Ed.). **Fragments for a history of the human body**, Part 1. (pp. 160-219). New York: Zone, 1989.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2008.
- DARWIN, Charles. **The expression of emotions in man and animals**. Chicago: University of Chicago Press, 1872.
- DE ROSA, Anamaria Silvana; FARR, Robert. Icon and symbol: Two sides of the coin in the investigation of social representations. In: BUSCHINI, Fabrice; KALAMPALIKIS, Nikos (Eds.). **Penser la vie, le social, la nature: mélanges en hommage à Serge Moscovici** (pp. 237-256). Paris: Les Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2001.
- DE ROSA, Anamaria Silvana. The role of iconic-imaginary in the modelling approach to social representations. **Papers on Social Representations**, v. 23, p. 17.1-17.26, 2014.
- ELIAS, Norbert. **The civilizing society process**. The history of manners. Oxford: Basil Blackwell, 1978 [1939].

EMMISON, Michael; SMITH, Philip. **Researching the visual**. Images, objects, contexts and cultural inquiry. London: Sage Publications, 2000.

FERNANDÉZ-DOLS, José-Miguel; CARRERA, Pilar. Facial information in everyday telecommunications. In: KAPPAS, Arvid; KRAMER, Nicole C. (Eds.). **Face-to-face communication over the internet**: emotions in a web of culture, language and technology (pp. 39-52). Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

FOUCAULT, Michel. **Sécurité, territoire, population**: cours au Collège de France (1977-1978). Paris: Gallimard Seuil, 2004.

FREUND, Gisèle. **Fotografia e sociedade**. Lisboa: Nova Veiga, 2010.

FRITH, Hannah. Appearance and society. In: RUMSEY, Nichola; HARCOURT, Diana (Eds.). **The oxford Handbook of the psychology of appearance** (pp. 10-22). Oxford: Oxford University Press, 2012.

FYFE, Gordon; LAW, John. **Picturing power**: visual depiction and social relations. London: Routledge, 1988.

GOFFMAN, Erving. **The presentation of self in everyday life**. Harmondsworth: Penguin, 1969.

GOFFMAN, Erving. **Gender Advertisements**. New York: Harper & Row, 1979.

GOFFMAN, Erving. **The presentation of self in everyday life**. New York: Anchor Books, 2011.

GRAHAM, Hilary. Images of pregnancy in antenatal literature. In: DINGWALL, R.; HEATH, C.; REID, M.; STANLEY, M. (Eds.). **Health care and health knowledge**. London: Croom Helm, 1977.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart. (Ed.). **Representation**: cultural representations and signifying practices (pp. 1-74). London: Sage Publications, 2011.

HOWSON, Alexandra. **The body in Society**. An introduction. Cambridge: Polity Press, 2004.

HOWARTH, Caroline. Towards a visual social psychology of identity and representation: photographing the self, weaving the family in a multicultural British community. In: REAVEY, Paula (Ed.). **Visual methods in psychology**: using and interpreting images in qualitative research (pp.1-15). London: Routledge; Taylor & Francis, 2006.

JODELET, Denise. Le corps, la personne et autrui. In: MOSCOVICI, Serge (Ed.). **Psychologie sociale des relations à autrui** (pp. 41-68). Paris: Armand Colin, 2006.

JOLY, Martine. **A imagem e seus signos**. Portugal: Edições 70, 2019.

KNAPP, Mark L.; HALL, Judith A. **Comunicação não-verbal na interação humana**. São Paulo: JNS Editora, 1999.

LOFF, Manuel. Entrevista. **A Página da Educação**, nº 191, p. 6-11, 2010.

MATSUMOTO, David.; HWANG, Hyi Sung; Facial expressions. In: MATSUMOTO, David; FRANK, Mark G.; HWANG, Hyi Sung (Eds.). **Nonverbal communication: science and applications** (pp. 15-52). London: Sage Publications, 2013.

METZ, Christian. Au-delà de l'analogie, l'image. **Communications**, n. 15, p. 1-10, 1970.

MICHAUD, Yves. Visualizações. O corpo e as artes visuais. In: CORBIN, Alan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Eds.). **História do corpo. As mutações do olhar. O século XX** (pp. 541-565). Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MILLUM, Trevor. **Images of woman: advertising in women's magazines**. London: Chatto & Windus, 1975.

MOLINER, Pascal. **Images et représentations sociales: de la théorie des représentations à l'étude des images sociales**. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1996.

MORAES, Elise H. Moutinho B.; SILVA, Ariane Franco Lopes da. Gestos, posturas e gênero: uma análise das imagens em livros didáticos. **Revista Profissão Docente**, v.16, p.15-26, 2016.

MOSCOVICI, Serge. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1978.

MOSCOVICI, Serge.; MARKOVÁ, Ivana. Ideas and their development. A dialogue between Serge Moscovici and Ivana Marková. In: MOSCOVICI, Serge. **Social representations. Explorations in social psychology**. G. Duvven (Ed.). (pp.224-286). New York: NY University Press, 2001.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**. Investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

PEIXINHO, Ana Teresa; SANTOS, Clara Almeida. **1910-2010 - Comunicação e Educação Republicanas**. Imprensa da Universidade de Coimbra, 2011.

ROTENBERG, Ken J.; EISENBERG, Nancy; CUMMING, Christine; SMITH, Ashlee; SINGH, Mike; TERLINCHER, Elisabeth. The contribution of adults' nonverbal cues and children's shyness to the development of rapport between adults and preschool children. **International Journal of Behavioral Development**, v. 27, 1, p. 21-30, 2003.

SANTOS, Olga Scandolaro; SILVA, Ariane Franco Lopes da. Corpo, deficiência e representações. **Revista Educação e Cultura Contemporânea**, v. 14, n. 37, p. 446-464, 2017.

SILVA, Ariane Franco Lopes da. Corporeidade e representações sociais: agir e pensar a docência. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, n. 3, p. 616-624, 2011.

SILVA, Ariane Franco Lopes da O mundo virtual e as identidades profissionais: implicações para a formação docente. **Revista Diálogo Educacional**, v. 15, n. 45, p. 473-492, 2015.

SILVA, Ariane Franco Lopes da; BARREIRA, Luiz Carlos. Representações de mulher em revistas ilustradas no início do século XX: as fotografias e suas histórias. In: BARREIRA, Luiz Carlos; PEREIRA, Maria Aparecida F. (Orgs.). **Mulher: leitora, autora, formadora**. (pp. 61-90). São Paulo: Editora Universitária Leopoldianum, 2017.

SILVA, Ariane Franco Lopes da; COHEN, Golda; GAYMARD, Sandrine. Images and social representations of students' identity and university experience. **Papers on Social Representations**, v. 29, n. 2, p. 12.1 - 12.23, 2020.

SIMMEL, Georg. Fashion. **The American Journal of Sociology**, v. 62, n. 2, p. 541-558, 1957.

SONTAG, Susan. **On photography**. London: Penguin Books, 1979.

STIMSON, Gerry V. Place and space in sociological fieldwork. **The Sociological Review**, v. 34, 3, p. 641-646, 1986.

TENGARRINHA, José. **Nova história da imprensa portuguesa**. Das origens a 1865. Lisboa: Temas e Debates, 2013.

VALA, Jorge; CASTRO, Paula. Pensamento social e representações sociais. In: VALA, Jorge; MONTEIRO, Maria Benedita (Eds.). **Psicologia Social** (pp. 569-602). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

VAQUINHAS, Irene. A família, essa 'pátria em miniatura'. In: VAQUINHAS, Irene Maria (Org.). **História da vida privada em Portugal**. A época contemporânea (pp. 118-151). Maia: Temas e Debates, 2011a.

VAQUINHAS, Irene. Introdução. In: VAQUINHAS, Irene Maria (Org.). **História da vida privada em Portugal**. A época contemporânea (pp. 6-21). Maia: Temas e Debates, 2011b.

Revisores de línguas e ABNT/APA: *Luke Avery M.A.*

Submetido em 30/11/2020

Aprovado em 18/03/2021

Licença *Creative Commons* – Atribuição NãoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)