

Carolyn Kitch, *The Girl on the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill & London, University of North Carolina Press, 2001.

Carla Rodrigues Cardoso

Desvendar as raízes das representações mediáticas

The larger picture of the girl on the magazine cover helps us understand her daughters and granddaughters in mass media – and their continuing symbolic uses in American culture.

(Carolyn Kitch, *The Girl on the Magazine Cover*)

Ao longo de cerca de duas centenas de páginas, Carolyn Kitch traça em *The Girl on the Magazine Cover* a genealogia dos estereótipos visuais que caracterizam os media contemporâneos. Analisando 75 imagens que fizeram capa em publicações norte-americanas tão famosas como, por exemplo, *The American Magazine*, *Collier's*, *Good Housekeeping*, *The Ladies' Home Journal*, *Life* e *The Saturday Evening Post*, durante o fim do século XIX e início do século XX (1895-1930), Kitch descobre padrões culturais que marcam a definição de feminilidade, masculinidade, família e da própria essência do «estilo de vida americano».

O resultado é uma obra científica inovadora e apetecível, que se lê num ápice e que bebe influências em três áreas académicas muito concretas — história da comunicação, estudos culturais e estudos do género. O cuidado em comunicar de forma clara com o leitor, eliminando possíveis espaços de ambiguidade, denuncia o passado da autora como jornalista. O título do livro, aliás, lança o mote que o resto da obra glosa: primeiro temos o piscar de olhos ao leitor (*The Girl on the Magazine Cover*), para,

logo em seguida, surgir a explicação académica do título escolhido (*The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*).

Em termos de enquadramento teórico, a historiadora Catherine Covert surge como a grande referência. A socióloga norte-americana Gaye Tuchman e a sua tese sobre a forma como os media reflectem os valores sociais dominantes é outra das referências subjacentes. Contudo, Carolyn Kitch defende ao longo da obra que os media reflectem a realidade na mesma proporção em que contribuem para a construir.

Os debates sobre o feminismo, a morte e o renascimento deste movimento são recorrentes nos media contemporâneos. Numa primeira análise, 1970 parece o ano que marca a emergência do discurso mediático sobre esta problemática. Ao analisar o *corpus empiricus* recolhido, Kitch fixa essa origem numa época 75 anos mais remota.

A autora optou por explorar o universo das revistas, pelo facto de estas serem o meio de comunicação de massa norte-americano mais antigo. O início do período de análise escolhido (1895) situa-se cinco anos após este tipo de publicação ter passado a ser distribuído em grande escala. Em 1905 já circulavam seis mil títulos diferentes nos Estados Unidos e eram vendidas mais de 64 milhões de revistas, o que representava uma média de quatro publicações por lar norte-americano. Nesta data, a *Ladies' Home Journal* e a *Saturday Evening Post* já ultrapassavam o milhão de leitores.

A capa da revista torna-se um «instrumento de venda» a partir de 1890, transformando-se na «chave» para chamar a atenção dos leitores. Ao mesmo tempo que definia a personalidade da publicação, a capa indiciava também o público-alvo a que se dirigia. No início do século XX, vários jornais começaram a recorrer regularmente à fotografia. Contudo, a maioria das revistas optou por manter a ilustração como

RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

principal dispositivo utilizado na capa, pois esta representava melhor aquilo que queriam transmitir — mais ideais que realidade.

Na história norte-americana, 1895 a 1930 é um período de grandes transformações no que toca ao papel e estatuto da mulher. Os primeiros movimentos feministas abrem as portas da política à mulher, que pela primeira vez ganha o direito de voto. É também nesta época que as mulheres começam a estudar e a trabalhar lado a lado com os homens. Para além disso, Sigmund Freud torna-se um autor muito popular nos Estados Unidos e a tomada de consciência da sexualidade feminina associa-se ao movimento em prol do controle da natalidade.

Seleccionando e interpretando o material recolhido e enquadrando-o historicamente, Carolyn Kitch identifica constantes que explicita ao longo dos capítulos da sua obra. Assim, no primeiro capítulo, «From True Woman to New Woman», centra-se nas ilustrações mais antigas, da última década do século XIX, que retratam mulheres vitorianas, de expressão grave, envergando longos vestidos, que encobrem totalmente o corpo. Apesar de aparentemente clássicas, estas imagens simbolizam já uma transição, uma vez que surgem mulheres representativas de todas as classes sociais, definindo a «nova mulher» como a perfeita dona-de-casa e uma consumidora moderna.

O segundo capítulo, «The American Girl», é totalmente dedicado à obra da ilustradora Charles Dana Gibson que criou um protótipo de mulher — alta, cabelo apanhado, aspecto aristocrático e ar superior —, baptizado como «the Gibson Girl», que se tornou rapidamente um ideal ao qual todas as mulheres americanas de classes «emergentes» aspiravam e que foi copiado por outros ilustradores da época.

Criaturas belas, mas perigosas, com a capacidade de instrumentalizar os homens, é assim que as mulheres são representadas no

terceiro capítulo, «Dangerous Woman and the Crisis of Masculinity», que analisa capas da *Judge* e da *Life*. Surgem as primeiras *vamps* - mulheres jovens em poses provocadoras, com expressões lascivas e pernas e ombros desnudos.

No quarto capítulo, Kitch agrupa imagens de capas de três publicações de circulação mais limitada (*The Woman Citizen*, *Masses* e *Crisis*), que retratam mulheres reais, fugindo aos estereótipos divulgados pelos media dominantes. Sufragistas, imigrantes, prostitutas e afro-americanas fazem as capas analisadas.

«Patriotic Images» é o título do quinto capítulo, dedicado às imagens que têm como pano de fundo a primeira grande guerra mundial. Assiste-se a um desaparecimento radical dos visuais femininos alternativos e de qualquer referência a «crise de masculinidade». As capas povoam-se de homens fortes e mulheres angelicais.

Nos sexto e sétimos capítulos, a autora analisa duas imagens opostas de mulher que surgem no período do pós-guerra. Por um lado, temos aquela que ficou conhecida como *flapper*, a mulher de aspecto assexuado — excessivamente magra, com ancas e seios diminutos, braços e pernas muito longos —, mas sexualmente activa, preocupada apenas em beber gin e dançar toda a noite. Em contraponto, surgem imagens femininas que ilustram um retorno à maternidade e aos ideais de felicidade familiar.

No último capítulo do livro, «The Advertising Connection», Kitch dedica-se a explorar as possíveis consequências do facto de os ilustradores mais famosos, responsáveis pelas capas das principais revistas analisadas, se dedicarem também à criação de imagens publicitárias, em que os estereótipos visuais se repetem.

Todos os capítulos são profusamente ilustrados com exemplos das teses defendidas. Carolyn Kitch dedica-se, nas páginas finais, à transposição dos padrões encontrados para a

RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

actualidade mediática e conclui que as alterações na iconografia feminina são cíclicas, o que significa que se repetem ao longo do tempo. Entre os vários exemplos dados, Kitch destaca, por exemplo, o caso da personagem da série televisiva *Murphy Brown*, que começa por encarnar uma reminiscência da *flapper* dos anos 20, para três anos de emissões mais tarde, se tornar mãe, surgindo como o ideal de «nova mulher» dos anos 90.

Em termos formais, destaque ainda para a vasta bibliografia de *The Girl on the Magazine Cover* e para o precioso index que remete para autores e conceitos referidos ao longo do texto, funcionando como uma outra porta de entrada na obra.

Sobre a autora

Carolyn Kitch lecciona jornalismo e “women’s studies” na Temple University, nos Estados Unidos da América. Foi editora da revista *Good House-keeping* e editora-adjunta da *McCall’s*.