

Imagem da Enfermeira nas Publicidades de Remédios no Brasil (1916 – 1931)

The Image of the Female Nurse in Medication Advertisements in Brazil (1916 - 1931)

Imagen de La Enfermera en Anuncios de Medicamentos en Brasil (1916 - 1931)

Keythluci Faria Trigueiro da Silva*; Débora de Oliveira Villela**; Lisandra Risi***;
Juliane Aguiar Rocha****; Fernando Porto*****

Resumo

Enquadramento: A imagem da enfermeira tem vindo a ser discutida dentro do campo da história da profissão. Evidenciou-se que os atributos usados por essas profissionais foram determinados pelas instituições de ensino profissional no Brasil. **Objetivos:** Apresentar e articular a frequência das imagens femininas com atributos pessoais da enfermeira nas e com as publicidades de remédios; e comentar a sua decodificação como estratégia de contribuição para construção da imagem pública da enfermeira.

Metodologia: Pesquisa de natureza histórico serial, em que as imagens encontradas foram analisadas, aplicando-se uma matriz de análise.

Resultados: No período de estudo foram encontradas 14 publicidades, das quais 248 veiculações tiveram frequência na Revista Fon-Fon.

Conclusão: As representações dos atributos pessoais nas publicidades contribuem para identificar a concorrência entre Escolas de Enfermagem para enunciação da imagem pública da enfermeira.

Palavras-chave: História da Enfermagem; enfermagem; imagem

Abstract

Background: The image of the female nurse has been discussed within the field of the history of the profession. It became evident that the attributes used by the nurses were determined by the professional education institutions in Brazil.

Objectives: To present and compare the frequency of the female images with the personal attributes of the female nurse in medication advertisements; and to comment on their decoding as a strategy to build the public image of the female nurse.

Methodology: This is a historical serial study, in which the images found were analysed through an analysis matrix.

Results: During the study, 14 advertisements were found, of which 248 images featured in Fon-Fon magazine.

Conclusion: The representations of personal attributes in advertisements help to identify the competition between Nursing Schools regarding the dissemination of the public image of the female nurse.

Keywords: History of Nursing; nursing; image

*Estudante de Enfermagem, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 22290-240, Rio de Janeiro, Brasil [keythlucifaria@gmail.com]. Contribuição no artigo: Revisão bibliográfica. Morada para correspondência: Rua Moranga 547 Casa 65- Campo Grande, Rio de Janeiro, 24059-150, Brasil.

**Bacharelato, Enfermagem, Enfermeira., Clínica da Família Felipe Carlos, Av. Nossa Sra. da Penha, 42 - Penha, - RJ, CEP 21070-390. Rio de Janeiro, Brasil [debora.villela@gmail.com]. Contribuição no artigo: Colheita de imagens e dados circunstanciais.

***Msc., Enfermeira, Hospital Quinta D'Or. Rua Alm. Baltazar, 435 - São Cristóvão, Rio de Janeiro - RJ, CEP 20941-150, Brasil. [lisandrarsi@gmail.com]. Contribuição no artigo: Tradução e revisão da língua portuguesa.

****Mestranda em Enfermagem, Enfermeira, Hospital Estadual Artão Pereira Nunes, 22290-240, Rio de Janeiro, Brasil [juliane_ar@globo.com]. Contribuição no artigo: Revisão das normas e aplicação dos dados na matriz de análise.

*****Pós-Graduação, Enfermagem, Enfermeiro, Professor, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Departamento de Enfermagem Materno-infantil, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 22290-240, Rio de Janeiro, Brasil [ramosporto@openlink.com.br]. Contribuição no artigo: Orientador do artigo.

Resumen

Marco contextual: La imagen de la enfermera se ha discutido dentro del campo de la historia de la profesión. Se demostró que los atributos utilizados por esas profesionales fueron determinados por las instituciones de educación profesional en Brasil.

Objetivos: Presentar y articular la frecuencia de las imágenes femininas con atributos personales de la enfermera en los y con los anuncios de medicamentos y analizar su decodificación como una estrategia de contribución para la construcción de la imagen pública de la enfermera.

Metodología: Investigación de naturaleza histórica y serial en la que las imágenes encontradas se analizaron mediante la aplicación de una matriz de análisis.

Resultados: Durante el período de estudio se encontraron 14 anuncios, de los cuales 248 colocaciones se presentaron en la revista Fon-Fon.

Conclusión: Las representaciones de los atributos personales en los anuncios contribuyen a identificar la competencia entre las escuelas de enfermería para enunciar la imagen pública de la enfermera.

Palabras clave: Historia de la enfermería; enfermería; imagen

Recebido para publicação em: 23.08.15

Aceite para publicação em: 30.11.15

Introdução

O objeto de estudo é a imagem feminina, com atributos pessoais de enfermeira, nas peças publicitárias de remédios, veiculadas pela imprensa ilustrada. O contexto político-social delimitado no período de 1916-1931 abrangeu a I Guerra Mundial, a epidemia da gripe espanhola, a Reforma Sanitária – liderada por Carlos Chagas –, as Comemorações do I Centenário da Independência do Brasil, o Congresso Nacional dos Práticos (1922) e o movimento do sufrágio feminino brasileiro.

Este estudo teve como objetivo apresentar e articular a frequência das imagens femininas com atributos pessoais da enfermeira nas e com as publicidades de remédios; e comentar a sua decodificação como estratégia de contribuição para construção da imagem pública da enfermeira.

Esta investigação teve como sentido avançar nos estudos sobre a imagem pública da enfermeira, no entendimento da construção do seu processo imagético e de identidade profissional.

O enquadramento deu-se mediante o contexto sociopolítico da época, a par do processo de profissionalização da enfermagem no Brasil, atrelado a escolas e cursos, em especial no Rio de Janeiro, com a formação de enfermeiras nas instituições de ensino: Escola Profissional de Enfermeiros e Enfermeiras (EPEE; 1890), atual Escola de Enfermagem Alfredo Pinto; Escola Prática de Enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira (1916); Curso de Enfermeira da Policlínica de Botafogo (1916); desdobramento da EPEE em Escola Profissional de Enfermeiras Alfredo Pinto (1920); Curso de Enfermeiras da Assistência Particular de Nossa Senhora da Glória (1920); Curso de Enfermeiros do Posto Central de Assistência (1920); Escola de Enfermeiras Municipais (1920); e Escola de Enfermeiras do Departamento Nacional de Saúde Pública (1922), atual Escola de Enfermagem Anna Nery (Carvalho, 2006; Porto & Santos, 2008; Porto & Amorim, 2010).

Neste sentido, no Rio de Janeiro, na época do Distrito Federal, diversas instituições empenhavam-se na profissionalização da enfermagem. Na época, entre outras revistas consumidas pelos leitores, destacavam-se duas revistas: Revista da Semana e Revista Fon-Fon. Foi possível identificar, nas suas peças publicitárias de remédios, imagens de mulheres com trajas aproximados aos uniformes de enfermeiras veiculadas na imprensa ilustrada.

Tais peças publicitárias contribuíram para a construção da imagem pública da enfermeira e até mesmo para a possibilidade da projeção de mulheres como enfermeiras, o que se acredita ter conduzido muitas ao ingresso na profissão.

Ressalta-se que a palavra publicidade é destinada à promoção comercial, que visa o consumo de bens, mercadorias ou serviços, de forma distinta à do léxico propaganda, que se apresenta como o entendimento de promoção de caráter político, religioso ou ideológico (Marshall, 2003). Desta maneira, o uso do termo publicidade neste estudo descreve a veiculação do consumo de remédios articulando a imagem feminina, com atributos de enfermeiras. Nesta investigação, foram analisadas imagens publicitárias para questionar a influência dos atributos pessoais das representações de enfermeiras, como elemento de contribuição para a formação da imagem pública da enfermeira.

Metodologia

A revista selecionada foi a Revista Fon-Fon o que se justifica pela sondagem realizada pela pesquisadora Anna Maria de Souza Mauad-Andrade, durante o processo de construção de sua tese de doutoramento (1991), que a identificou como a mais lida na época, entre as quatro revistas mais lidas.

Trata-se de um periódico que circulou na primeira metade do século XX, no Rio de Janeiro. Espelhava o snobismo dos moradores do Rio de Janeiro, era crítica, apresentava flagrantes fotográficos, ilustrações, literatura e cartoons políticos e sociais naquela época (Veraldo, 2011). O grupo fundador foi integrado por Lima Campos, Gonzaga Duque e Mário Pederneiras – jornalistas de renome, que dirigiram o periódico de 1907-1914; seguidos por Álvaro Moreyra e Hermes Fontes. Os ilustradores foram Raul Calixto, José Carlos e Correia Dias até 1909, tendo depois assumido as ilustrações Emílio Cardoso Aires e Nair de Tef (Zanon, 2009).

O estudo adotou o método da história serial e a análise ocorreu na perspectiva da microanálise articulada com a semiótica. Esta última foi fundamentada numa matriz de análise, o que possibilitou a inserção no universo das representações, identificando as influências e inter-relações dos mecanismos utilizados pelos grupos sociais envolvidos (Carvalho, 2006). A

matriz de análise utilizada tem como fundamentação teórica a semiótica, pelos conceitos de Pietroforte (2004, p.11):

[Plano de expressão é] a manifestação desse conteúdo em um sistema de significação verbal, não verbal ou sincrético [e o plano de conteúdo se refere] ao significado do texto, ou seja, como se acostuma dizer em semiótica, ao que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz.

A matriz de análise foi composta por quatro itens principais, com a mesma estrutura aplicada em estudos anteriores dos grupos de pesquisa. O primeiro item refere-se aos dados de identificação das imagens, onde se inclui o local do acervo, o nome da revista ilustrada, o ano de publicação, o número do exemplar, a página em que se encontra a imagem e a data de publicação do exemplar da revista e título ou manchete que acompanha a imagem; o segundo diz respeito ao plano de expressão, onde se identifica o crédito da imagem, a relação texto imagem, a legenda da imagem, o resumo do texto, o tipo de foto, o formato, o plano, o sentido e a localização; o terceiro destina-se ao plano de conteúdo, onde se encontra o local retratado, as pessoas retratadas e o tema da

imagem retratada; e o último reporta-se aos dados complementares obtidos de outras imagens, onde se identificam a origem da informação e a informação complementar.

Para se identificar as imagens foi utilizada a expressão fac-símiles. Isto deve-se ao fato de estas se encontrarem, anteriormente, impressas em algum meio de comunicação, neste caso na Revista Fon-Fon, encontrada no *website* da Biblioteca Nacional.

Sobre os direitos autorais referentes aos fac-símiles utilizados, o estudo respeitou a Lei número 9.610/1998 (Brasil, 1998). Esta refere-se à autorização, atualização e consolidação da legislação sobre direitos autorais e outras providências.

Resultados e Discussão

Nas 148 edições pesquisadas, foram encontrados 14 tipos de peças publicitárias de remédios com imagens, contendo atributos pessoais de enfermeiras na Fon-Fon, no período de 1916 a 1931, totalizando 248 imagens encontradas com esses atributos (Figura 1).



Figura 1. Peças publicitárias de remédios com imagens femininas, em trajes de enfermeiras (1916-1931), veiculadas nas páginas da Revista Fon-Fon.

Fonte: Revista Fon-Fon

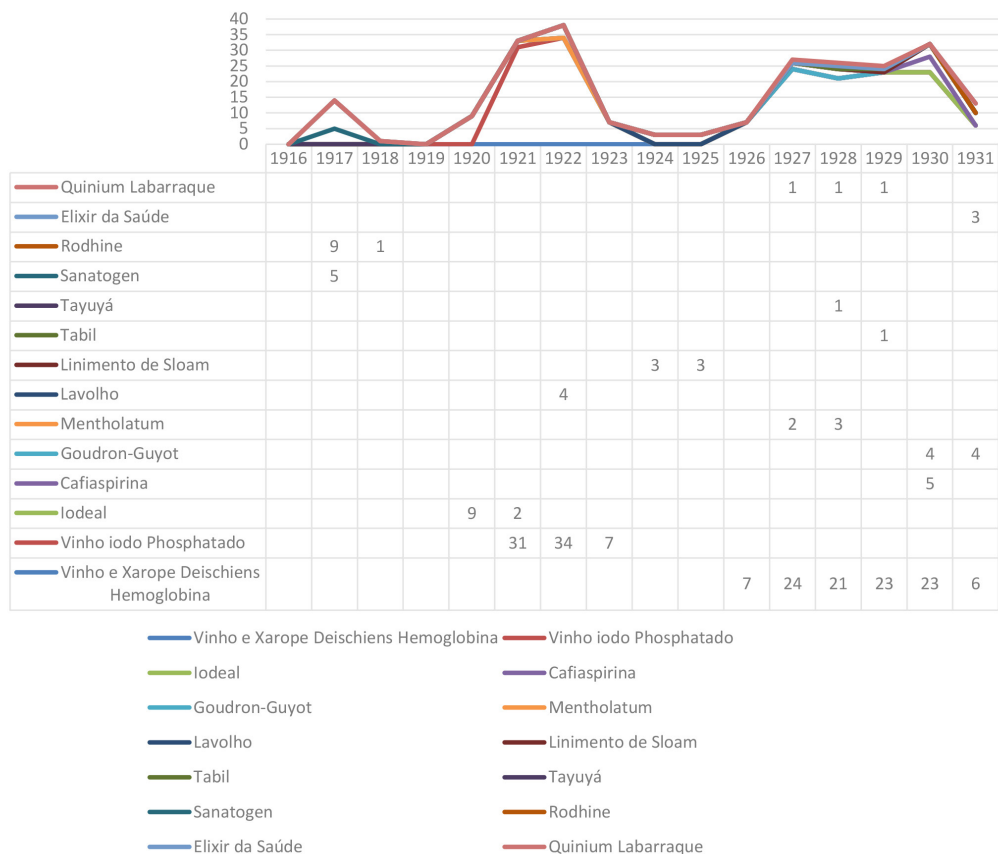


Figura 2. Frequência das peças publicitárias de remédios com imagens femininas, em trajes de enfermeiras (1916-1931), veiculadas nas páginas da Revista Fon-Fon.

A publicidade de remédios com maior veiculação foi a referente ao Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (104), seguida pelo Vinho iodo Phosphatado (72); Iodeal (11); Rodhine (10); Goudron Guyot (08); Linimento de Sloam (06); Cafiaspirina (05); Sanatogen (05); Mentholatum (05); Lavolho (04); Elixir da Saúde (03); Quinium Labarraque (03); Lysol (02); Tabil (01); e Tayuyá (01).

Como demonstra a Figura 2, nos anos de 1916 e 1919 não houve ocorrência de fac-símiles. Isto deve-se, provavelmente, à adesão do Brasil à I Guerra Mundial e à gripe espanhola. No ano de 1917 apareceram Sanatogen (05) e Rodhine (09); em 1918, apenas Rodhine (01); em 1920, Iodeal (09); em 1921, Vinho iodo Phosphatado (31) e Iodeal (02); em 1922, Vinho iodo Phosphatado (34) e Lavolho (04); em 1923, Vinho iodo Phosphatado (07); em 1924, Linimento de Sloam (03); em 1925, Linimento de Sloam (03); em 1926, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (07); em 1927, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina

(24), Quinium Labarraque (01) e Mentholatum (02); em 1928, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (21), Quinium Labarraque (01), Tayuyá (01) e Mentholatum (03); em 1929, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (23), Quinium Labarraque (01) e Tabil (01); em 1930, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (23), Cafiaspirina (05) e Goudron Guyot (04); e em 1931, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina (06), Goudron Guyot (04) e Elixir da Saúde (03).

Os atributos pessoais encontrados nos fac-símiles foram: O véu, a touca, o gorro e o símbolo da cruz. Estes atributos ostentados pelas imagens femininas foram gerados, possivelmente, pelo imaginário social de reprodução imagética dos elementos simbólicos de identificação profissional da enfermeira (Fonseca, 2011).

Ao decodificar os atributos, infere-se que o véu pode ser considerado como uma das formas de omitir a identidade da pessoa que o usava; a touca transmite

o significado de espírito de serviço, viver com simplicidade, ser modesta, amar a todos igualmente, ser econômica e generosa; e o gorro simboliza honra, distinção e responsabilidade (Porto & Santos, 2010). A cor dos atributos – véu, gorro e touca – clara, possivelmente branca, o que pode ser traduzido em significados de pureza, inocência, feminilidade, status, virtude e altruísmo, pois carrega consigo apelo virginal e símbolo de entrega e confiança (Fischer-Mirkin, 2001).

As imagens femininas que ostentavam o véu nas peças publicitárias foram encontradas nos remédios Vinho Iodo Phosphatado, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina e Goudron Guyot, o que conduz ao entendimento de uma marcação simbólica, possivelmente, da imagem das aspirantes e enfermeiras oriundas da Escola Prática de Enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira. As publicidades Iodeal, Lavolho, Mentholatum, Elixir da Saúde, mostrando o que supomos ser o gorro, como marcação simbólica da Escola Profissional de Enfermeiros e Enfermeiras, desdobrada na Escola Profissional de Enfermeiras Alfredo Pinto. As publicidades do Lysol, Cafiaspirina, Linimento de Sloam e Tabil apresentaram a touca, marcação simbólica da Escola de Enfermeiras do Departamento Nacional de Saúde Pública (Porto & Santos, 2010).

No que se refere ao símbolo da cruz, as publicidades dos remédios Vinho Iodo Phosphatado, Iodeal, Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina, Mentholatum, Goudron Guyot e Elixir da Saúde, deixam transparecer a imagem das aspirantes e enfermeiras formadas pelas instituições de ensino: Escola Prática de Enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira e a Escola de Profissional de Enfermeiras Alfredo Pinto.

Neste sentido, o símbolo da cruz não era exclusivo de uma determinada instituição de ensino. O símbolo da cruz fazia parte dos uniformes das aspirantes e enfermeiras da Escola Prática de Enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira, que tinham a cor vermelha e a cor azul era marca de distinção da Escola Profissional de Enfermeiras Alfredo Pinto (Porto & Santos, 2010). A decodificação dos atributos pessoais ostentados pelas imagens femininas na veiculação das publicidades de remédios apontou para predominância de uma instituição de ensino em prol da profissionalização da Enfermagem – a Escola Prática de Enfermeiras da Cruz Vermelha Brasileira. Contudo, não se pode destacar a presença predominante do símbolo da

cruz, pois não é possível identificar a cor da forma geométrica, o que impede a identificação assertiva de uma das escolas.

O que se pode inferir do exposto é que, quando se tem o véu articulado ao símbolo da cruz, deduz-se ser de cor vermelha e na presença do gorro da cor azul. Isto conduz à concorrência de distinção entre as instituições de ensino, no sentido de se fazerem ver e crer, para enunciarem a imagem pública da enfermeira como elemento do processo de construção desta mesma imagem.

A Figura 2 apresentada expôs que as três publicidades mais veiculadas na revista em apreço, foram as do Vinho e Xarope Deischiens Hemoglobina, Vinho Iodo Phosphatado e Iodeal. As peças publicitárias destes produtos nas páginas da revista tinham a imagem de uma mulher com véu, roupa de tom claro com manga comprida, ostentando no alto da cabeça e no peito o símbolo da cruz. Estes atributos conduzem à imagem da enfermeira da Escola Prática da Cruz Vermelha Brasileira – Órgão Central (Rio de Janeiro), em virtude das semelhanças ostentadas pelas profissionais de enfermagem daquela instituição. O véu, associado ao símbolo da cruz, era uma das marcas simbólicas da Cruz Vermelha, que tinha a enfermeira como agente mensageiro dos princípios institucionais oriundos daquela instituição de ensino (Veraldo, 2011).

Estes atributos pessoais funcionavam para a Cruz Vermelha como comunicação visual, onde os leitores se remetiam ao consenso na crença simbólica preconizada pela instituição e, provavelmente, à confiabilidade do produto (Veraldo, 2011).

Conclusão

Mediante os resultados atingidos, podem-se destacar duas ideias principais: Os elementos simbólicos enunciados pelas instituições de ensino em prol da profissionalização da enfermagem eram do interesse das agências de publicidade de remédios, que mostravam a imagem pública da enfermeira, provavelmente, com a intencionalidade de fazer com que o consumidor tivesse credibilidade no produto farmacêutico, pois no senso comum eram elas que administravam a medicação.

As imagens das instituições de ensino, cada uma com o seu elemento simbólico de distinção, evidenciaram a concorrência entre as Escolas/Cursos de Enfermeiras

com o objetivo de enunciarem a imagem pública da enfermeira, corroborada pela publicidade de remédio, intencionalmente ou não, e que potencializa a disputa pela construção da imagem pública desta profissional. Neste sentido, acredita-se que o presente estudo tenha contribuído para o conhecimento acerca da construção da imagem pública da enfermeira, bem como para abrir outras possibilidades para futuras pesquisas.

Referências Bibliográficas

- Lei nº 9.610 de 19 de Fevereiro. (1998). *Presidência da República*, Brasília, Brasil. Retrieved from < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>.
- Carvalho, A. C. (2006). Documentário: Aben (1926-1976). *Rev. Bras. Enfer.*, 55(3) Brasília, Brasil: Aben-Nacional.
- Fischer-Mirkin, T. (2001). *O código do vestir: Os significados ocultos da roupa feminina*. Rio de Janeiro, Brasil: Rocco.
- Fonseca, E. F. (2011). *A imagem pública da enfermeira-parteira do hospital maternidade Pró-Matre do Rio de Janeiro no período de 1928-1931: (Des)construção de uma identidade profissional* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Escola de Enfermagem Alfredo Pinto, Brasil.
- Marshall, L. (2003). *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo, Brasil: Summus.
- Pietroforte, A. V. (2004). *Semiótica visual: Os percursos do olhar*. São Paulo, Brasil: Contexto.
- Porto, F., & Amorim, W. (2010). Escolas e cursos de enfermagem na história da profissão no Brasil (1890-1922). *Revista Cultura de Los Cuidados*, 14(27), 40-45. doi:10.7184/cuid.2010.27.05
- Porto, F., & Santos, T. C. (2008). A enfermeira brasileira na mira do clique fotográfico (1919-1925). In: F. Porto & W. Amorim (orgs.), *História da enfermagem brasileira* (Parte I, pp 25-47). Rio de Janeiro, Brasil: Águia Dourada.
- Porto, F., & Santos, T. C. (2010). Propagandas de remédio na imprensa ilustrada e a imagem da enfermeira brasileira (1920-1925). *Revista Escola de Enfermagem USP*, 44(3), 819-26. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342010000300038
- Veraldo, T. X. (2011). *A aparelhagem da imagem pública de enfermeiras na Revista Fon-Fon (1916-1931)* (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Escola de Enfermagem Alfredo Pinto, Brasil.
- Zanon, M. C. (2009). A sociedade carioca da belle époque nas páginas do Fon-Fon. *Patrimônio e Memória*, 4(2), 225-243. Recuperado de <http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/178/510>