

Feminilidade, masculinidade, mídia e artes visuais

Isabella Alves Alencar de Araujo

Prof^ª Dra. Ana Flávia Madureira (Orientadora)

Resumo

Esse artigo visa analisar como a feminilidade e a masculinidade têm sido representadas na mídia atualmente na perspectiva de jovens adultos da classe média, residentes em Brasília, a partir de diálogos interdisciplinares com as artes visuais. Alicerçado à Psicologia Sociocultural e sua visão de como ocorre a construção das identidades sociais, este estudo aprofunda em temas como: sexismo no Brasil (e como este está ligado à homofobia) e como os participantes percebem os estereótipos dos gêneros binários e os padrões estéticos hegemônicos. Foi utilizado o método qualitativo de pesquisa e uma entrevista semi-estruturada para analisar de modo aprofundado os significados atribuídos a fatores relacionados ao tema da pesquisa sob a visão dos participantes. O estudo analisou como são reproduzidos os valores de forma transgeracional e como os significados dados ao feminino e ao masculino moldam-se ao contexto sócio-histórico cultural atual; como os estudos sobre gênero tem avançado no mundo acadêmico e como na visão do senso comum ainda existe um vínculo com o essencialismo biológico; e qual a percepção dos indivíduos sobre os estereótipos sociais da feminilidade e masculinidade hegemônicas.

Palavras-chave: feminilidade, masculinidade, artes visuais, estereótipo de gênero, mídia brasileira.

Desde civilizações ocidentais muito antigas, pode-se observar que os papéis sociais basicamente deram e dão-se a partir da visão da biologia dos corpos masculinos e femininos, delimitando possíveis atitudes e comportamentos esperados de acordo com o sexo biológico expresso no corpo do indivíduo ao nascer (Scott, 1995). Ou seja, delimitamos papéis sociais através de um sistema binário – que estereotipa a masculinidade e feminilidade hegemônicas – que tem como base a anatomia humana, nesse caso, os órgãos genitais (os aspectos masculinos ligados ao pênis e os aspectos femininos ligados à vagina).

Estudos mais recentes, como por exemplo o de Joan Scott (1995), principalmente após o avanço Feminista e da própria Psicologia, apresentam constatações que quebram com o pensamento de que comportamentos, atitudes e até a personalidade do sujeito estão ligados ao sexo biológico de forma inata, como ocorria anteriormente e ainda ocorre. Ou seja, estes estudos negam a ideia de que o ser humano já nasce com comportamentos essenciais ligados ao gênero que lhes é designado ao nascer (Woodward, 2000). Ao quebrar com esse conceito essencialista ligado ao biológico, aparecem correntes

não-essencialistas nas ciências humanas que analisam os comportamentos de acordo com a cultura onde o indivíduo está inserido, sua história de vida e o contexto social (Scott, 1995). Por ser um estudo recente, o gênero deve ter um espaço cada vez maior nos estudos da Psicologia e nas Ciências Sociais por ser algo estruturante na nossa sociedade e que ainda permeia concepções hierárquicas de poder entre homens e mulheres.

Tendo em vista o conceito de gênero que rompe com o reducionismo do essencialismo biológico e mostra que esse é uma construção social, ou seja, foi construído durante séculos pelas sociedades e adaptadas a cada cultura e ao tempo (Scott, 1995; Parker, 1991), esse artigo tem por base um questionamento: Como são analisados os gêneros por meio do que é reproduzido através da mídia e como isso influencia na auto-imagem do indivíduo?

Visão Binária de Gênero e o Patriarcado

A visão binária de gênero delimita estereótipos sobre o que é ser homem e o que é ser mulher e, no decorrer dos séculos, esses conceitos moldaram-se de acordo com o desenvolvimento das sociedades e suas respectivas culturas (Parker, 1991; Woodward, 2000). Através disso, formou-se uma posição hierárquica da dominação do masculino sobre o feminino (Freyre citado por Parker, 1991), no qual o homem tem papel central e a mulher possui um papel de submissão (Parker, 1991). Esse posicionamento favorece a reprodução de um modelo conhecido como patriarcado.

O patriarcado no Brasil estabelece-se não apenas como um tipo de organização social, mas também instaura-se:

Como construção ideológica, um sistema de representações que continua a influenciar as maneiras pelas quais os brasileiros contemporâneos compreendem a ordem própria das coisas no seu universo, estruturam suas interações sociais e interpretam o sentido de suas relações sociais (Parker, 1991, p. 56)

Em suma, o patriarcado está presente não apenas na forma de administração dos papéis sociais esperados por cada indivíduo dentro do contexto em que vive, mas também

manifesta-se na interação dos sujeitos em sociedade e os significados que esses mesmos indivíduos atribuem a essas interações cotidianas com o espaço social (Parker, 1991).

Nesse modelo patriarcal, homens e mulheres são vistos como fundamentalmente opostos (Louro, 1998). Ou seja, enquanto características como: dominação do espaço público, força, razão, virilidade e superioridade são atribuídas ao gênero masculino, outras como: dominação do espaço privado, fragilidade, sentimentos, submissão e inferioridade são atribuídas ao gênero feminino. Nisso, revela-se uma distinção entre as identidades femininas e masculinas hegemônicas, no âmbito individual e no grupal, formadas a partir dos moldes sociais que estão inseridos cada gênero na sociedade.

Estes estereótipos de gênero podem ser vistos através de uma análise social, histórica e cultural de cada comunidade por meio dos espaços físicos e simbólicos (mediante sua forma de vestir, comportamentos esperados de cada pessoa etc) no qual o indivíduo está inserido. Nessas circunstâncias, a distinção dos grupos – feminino e masculino – entre quem somos “nós” e quem são “eles” acentua-se para que não apareçam diferenças apenas na biologia dos homens e das mulheres, mas também apresentem-se no social, delimitando quais papéis que devem ser exercidos por cada gênero (Madureira, 2010, e Madureira & Branco, 2012).

Formação das fronteiras rígidas entre os gêneros e a constituição das identidades sociais

Em tempos atuais, vemos resquícios da tradição artística europeia presente na forma em que reproduzem-se na mídia atual as identidades femininas e masculinas. Ou seja, mesmo com o passar do tempo e a figura do homem e da mulher dentro da sociedade estando em constante mudança (Parker, 1991), ainda guarda-se um vínculo do passado com o presente quando relacionados ao tipo de comportamento, atitudes, valores etc socialmente esperado por cada um dos gêneros. Com essa divisão entre o que é esperado do feminino e do masculino decorrentes dos estereótipos atribuídos a cada grupo, formam-se fronteiras simbólicas entre eles no qual as pessoas se identificam

(“nós”) e se comparam (“eles”) a outros indivíduos e/ou grupos (Madureira e Branco, 2012; Gailinkin e Zauli, 2011).

Segundo Gailinkin e Zauli (2011), identificar-se com algo ou alguém requer assimilar-se e, a ao mesmo tempo, comparar-se. Nessa perspectiva, ocorrem os processos identitários no qual, concomitantemente, os indivíduos buscam características semelhantes a outros indivíduos para dizer quem são e diferenciam-se de outros para dizer quem eles não são. Não existe o ser sem o não ser, por exemplo se não houvesse a categoria mulher, não haveria a categoria homem. Woodward (2000) ressalta que a marcação das diferenças é fundamental para que ocorra o processo de construção da identidade.

Essa diferença quando começa a ser tratada como desigualdade resulta no preconceito e/ou na discriminação – demonstrados por posições contrapostas de superioridade e inferioridade. Como diria Madureira e Branco (2012, p. 125), é formada uma “fronteira simbólica rígida, construída historicamente e com forte enraizamento afetivo que acabam por se constituir em barreiras culturais entre grupos sociais e indivíduos”.

Equivalente à diferença entre esses grupos, que fazem com que eles se distingam uns dos outros, os indivíduos que participam do mesmo grupo influenciam-se mutuamente e em concomitância com a história e cultura da sociedade que estão inseridos. Faz-se um paralelo aqui entre a tradição e o que é vigente na sociedade brasileira na atualidade, como esses aspectos perpassaram o tempo e moldam-se à cultura presente – como exemplos disso estariam a forma de se alimentar, os próprios alimentos, as roupas, os comportamentos, a literatura e/ou as artes visuais (Woodward, 2000).

Tradição artística europeia, masculinidade e feminilidade

O Brasil é um país colonizado por Portugal, suas raízes históricas – após 1500 – possuem uma base europeia e seria quase impossível desvincular a história do país e de

sua cultura das tradições portuguesas vigentes naquela época¹. Assim, não poderíamos descartar a forma como a arte refletiu e reflete, assim como influencia os pensamentos, a cultura, os comportamentos das cortes em cada momento histórico e como isso percorre gerações por serem produções e reproduções desses períodos.

Em um ponto mais específico em relação às artes visuais europeias, nota-se que, nessa prática discursiva, a forma como eram as representações das mulheres – levando em consideração o período medieval na Europa até os dias atuais – é perpassada pela reprodução de um discurso moralizante e também vaidoso. Isto é, reproduz o que as mulheres podem ou não ser, podem ou não fazer, como devem portar-se, segundo os valores e a moral da época em que vivem e o valor da mulher sendo demonstrado pela sua aparência (Berger, 1980). Esses valores “circulam e colaboram para fixar e produzir identidades sexuais e de gênero” (Loponte, 2002, p. 283).

Um exemplo disso é a iconografia cristã medieval, a qual mostra-se intrinsecamente atrelada à religião católica e percebem-se semelhanças ao estereótipos de gênero existentes no Brasil. Uma simbologia partindo da doutrina religiosa e preceitos bíblicos em que aparecem mulheres opostas – a mulher “perfeita” *versus* a “pecadora” –, como Maria e Eva (Madureira, 2010). Maria é o símbolo da pureza, da mulher virgem, submissa, recatada, a representação do que é socialmente esperado em relação às mulheres. Em oposição a isso, aparece Eva, o símbolo do pecado, como lição do que não deve ser seguido. Maria é um símbolo inalcançável do feminino, porque qualquer característica colocada fora da pureza e da submissão coloca as mulheres como Eva, e como o pecado, a figura de Eva também é vista como algo que deve ser combatido. A iconografia cristã medieval atrela-se ao que chamamos de misoginia, ou seja, o ódio às mulheres.

Um ponto importante a ser citado nessas mesmas obras da tradição artística europeia é que a mulher encontra-se em posição passiva nelas, em que não é sujeito e sim objeto a ser admirado ou julgado pelo homem, que encontra-se em posição de sujeito ativo e espectador da obra (Berger, 1980).

¹ A partir da colonização portuguesa houve o apagamento da cultura indígena e, posteriormente, a africana, no qual pode-se observar a existência de um enraizamento em maior proporção da cultura europeia nas bases sócio-histórico culturais do Brasil.

A cultura brasileira associa-se a essa visão, tanto pela cultura ainda dos colonizadores, quanto pelo que ainda é disseminado nos dias atuais, percorrendo todo o caminho de desenvolvimento dessas ideias que normatizam e ratificam o corpo feminino com objeto de admiração (Loponte, 2002). Exemplos que clarificam nossa visão sobre esse pensamento são mostrados nas propagandas atuais, onde as mulheres aparecem com pouca roupa e estão ali para satisfazer as necessidades dos homens (exemplo: propagandas de cerveja) – de forma similar que faziam as pinturas barrocas, por exemplo.

Ao dialogar com a tradição das artes visuais europeias, enfatiza-se as semelhanças entre a visão dos gêneros binários – feminino e masculino – no passado e na atualidade. Não focaliza-se em outras culturas como na Índia, África, Pérsia etc (culturas não-europeias), pois além da influência não tão aparente, a mulher não era representada de forma equivalente, na posição de submissão e passividade, das obras europeias (Berger, 1980).

Psicologia sociocultural, gênero e mídia

Tomando como base a psicologia sociocultural, acredita-se que a constituição da subjetividade é formada através de fatores como a cultura e a história da sociedade em que os indivíduos estão inseridos. Desta maneira, os processos identitários deixam de fazer parte de uma visão essencialista, passando a observar os efeitos da linguagem – por ser um sistema de mediação do indivíduo com o meio – e efeitos culturais na formação e desenvolvimento dos indivíduos. Assim como analisa-se como a identidade pessoal é formada através de um modelo de transmissão cultural bidirecional de internalização e externalização da cultura coletiva (Madureira & Branco, 2012; Madureira & Branco, 2007), na qual reelabora-se ativamente pelas pessoas as mensagens culturais através das relações sociais que estabelecem (Valsiner, 2007, citado por Oliveira & Madureira, 2014).

Sendo assim, a análise do passado é importante para que possamos interpretar os significados culturais (índices, ícones e símbolos) que são reproduzidos atualmente e como esses são canalizados – através de palavras e imagens por exemplo – influenciando

nos processos de significação das experiências vividas dos indivíduos (Madureira, 2012, citado por Oliveira & Madureira, 2014).

Nessa perspectiva, a cultura em que o sujeito se insere não seria apenas uma influência no desenvolvimento do indivíduo, mas é algo que “constitui o sujeito psicológico, marcando de forma profunda o seu desenvolvimento, e lhe conferindo caráter humano” (Bruner, 1997; Cole, 1992; Rogoff, 2003, Valsiner, 2005 citados por Madureira & Branco, 2012). Os conceitos, ideias, estereótipos, histórias etc são culturalmente repassadas no decorrer das gerações e são moldadas através dos tempos (Madureira, 2010). Assim, nota-se que as histórias de vida individuais e como estas são formadas, são marcadas pelo contexto em que o sujeito se insere, aos grupos que pertence, no tempo em que vive.

No que se refere às questões de gênero e suas características culturais, a cultura aparece como “papel estruturante no processo complexo de tornar-se homem e tornar-se mulher” (Madureira, 2010). Esses padrões de gênero estabelecem-se não apenas a partir da relação homem, mulher e suas diferenças intergênero, mas também de forma intragênero – sendo repassadas de forma transgeracional e moldando-se ao contexto atual (Parker, 1991) –, na qual as próprias mulheres constituem-se e ensinam às outras qual é o seu “lugar” dentro do patriarcado (Madureira, 2010). Isso ocorre não apenas no âmbito informal – em questões de aprendizagem familiar passada através das gerações–, porém também mostra-se dentro de práticas formais – como por exemplo através de leis, das práticas escolares, da publicidade etc.

Como parte da cultura, a publicidade é um aspecto importante a ser estudado quando o assunto é estereótipos de gênero. Sabat (2001) cita como cada detalhe dentro da publicidade atual reverbera e apropria-se de valores sociais em relação ao que é esperado para o masculino e o feminino em padrões hegemônicos de beleza e comportamento, como por exemplo homens ligados ao ambiente público e mulheres ao ambiente privado. Refere-se também ao aspecto de refletir valores sociais, como quando fala: “A publicidade não inventa coisas; seu discurso, suas representações, estão sempre relacionados com o conhecimento que circula na sociedade. Suas imagens trazem sempre signos, significantes e significados que nos são familiares” (p. 12). Então, pode-se

analisar aspectos da sociedade através da investigação dos significados presentes e representados pela mídia.

A partir dos conceitos apresentados, o presente artigo tem como objetivo geral analisar como a feminilidade e a masculinidade têm sido representadas na mídia na perspectiva de jovens adultos de classe média, mulheres e homens, a partir de diálogos interdisciplinares com o campo das artes visuais. E como objetivos específicos analisar os padrões de beleza associados a cada gênero e identificar se há diferenciações sociais, dentro desses padrões, entre o ser mulher e o ser homem a partir do discurso dos (as) participantes.

Método

A metodologia utilizada nessa pesquisa foi a qualitativa. De acordo com Madureira & Branco (2001), esse tipo de metodologia é “caracterizada pela compreensão do desenvolvimento humano como fenômeno complexo e dinâmico que deve ser estudado de forma contextualizada, a partir de uma perspectiva de causalidade sistêmica” (p.63). Nessa metodologia, o conhecimento é visto a partir de uma construção da realidade social vigente, no qual dedica-se aos significados, as motivações, aos interesses, as questões morais e aos valores, assim como comportamentos e atitudes numa determinada sociedade. Todos esse pontos levam em consideração o contexto sócio-histórico cultural, aos quais não seriam possíveis respostas para questões tão particulares se essas fossem quantificadas (Minayo, 2007).

Nessa perspectiva, adentra-se com profundidade em relação aos significados do que não é visível, que precisa ser manifestado pelo entrevistado e suas interpretações (Minayo, 2007). Assim, busca-se dar sentido ao conhecimento através de uma produção construtiva-interpretativa em conjunto com o que está sendo estudado, sua singularidade e o caráter interativo nessa produção do conhecimento (González Rey 1997, 1998, 1999 citado por Madureira & Branco, 2001). Em suma, a utilização da metodologia qualitativa tem como objetivo analisar e interpretar, de modo aprofundado, os significados atribuídos a fatores relacionados com o tema da pesquisa, a partir da interação entre pesquisador e entrevistado.

Participantes

Participaram dessa pesquisa um homem e duas mulheres jovens de classe média. A participante A é do gênero feminino, tem 25 anos e é graduada em Ciências Políticas. O participante B é do gênero masculino, tem 25 anos e é graduado em Publicidade. A participante C é do gênero feminino, tem 23 anos e cursa o último semestre de Direito.

Materiais e instrumentos

Os materiais utilizados nessa pesquisa foram: o roteiro em formato digital da entrevista semi-estruturada, as imagens desse roteiro de entrevista impressas cada uma em uma folha A4, um gravador de áudio, duas vias do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para cada um(a) dos(as) entrevistados(as).

O instrumento utilizado para a pesquisa foi a entrevista semi-estruturada. Esse instrumento possuía imagens previamente selecionadas pela pesquisadora para que fossem analisadas e interpretadas as narrativas produzidas pelos(as) participantes.

Procedimentos de construção de informações

Os participantes tiveram uma explicação sem muitos detalhes teóricos sobre qual era o tema e como seria realizada a entrevista semi-estruturada, para que isso não interferisse nas suas respostas. Foi dada ênfase que, com base no compromisso ético com os/as participantes envolvidos, foram omitidos os nomes e dados pessoais que poderiam identificá-los para que estes permaneçam em sigilo. Foi explicado aos participantes que suas participações eram voluntárias e que poderiam retirar-se da pesquisa, sem que houvesse prejuízo, a qualquer momento. A gravação de áudio produzida com as entrevistas foi autorizada pelo(as) entrevistado(as), antes que as entrevistas fossem realizadas, e foi também explicitado que só teriam acesso a esse material a professora orientadora e a pesquisadora assistente. Ao concordarem em participar, a entrevista era realizada. Essas e outras questões éticas foram esclarecidas

antes da realização da pesquisa através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A construção das informações deu-se a partir da metodologia qualitativa com utilização de entrevistas individuais semi-estruturadas. As perguntas foram feitas para conhecimento da pesquisadora sobre: como dá-se o contato do(as) entrevistado(as) com a mídia – como televisão, facebook, jornais, revistas etc; quais eram as visões dos participantes sobre o feminino e o masculino; como as imagens pré-selecionadas relacionadas com como os corpos feminino e masculino são vistos em suas respectivas perspectivas e se eles se identificam com alguma das imagens. Ao final, foi questionado se o participante queria acrescentar algo ou queria concluir algum pensamento – retomando ou trazendo novos pontos de discussão para fechamento da entrevista.

As entrevistas foram realizadas na residência de cada um(a) dos(as) participantes.

Procedimentos de análise

Logo após as entrevistas, foram realizadas as transcrições literais de cada uma delas. Depois dessas transcrições, os áudios foram imediatamente deletados. Posteriormente, houve a seleção de trechos significativos das entrevistas e a construção das categorias analíticas temáticas.

Essas categorias tem como finalidade a delimitação do que foi exposto pelo(as) participantes para a orientação do trabalho interpretativo das informações consideradas relevantes. Dessa forma, foram construídas três categorias para que fossem analisadas as entrevistas, são elas: Gênero na sociedade brasileira: a reprodução do sexismo no Brasil; Como a feminilidade e a masculinidade são representadas na mídia pela perspectiva dos participantes; e Gênero, corporeidade e padrões estéticos hegemônicos.

Resultados e discussão

Nessa seção, serão aprofundadas as categorias analíticas anteriormente formuladas a partir das informações mais relevantes das entrevistas.

Gênero na sociedade brasileira: a reprodução do sexismo no Brasil

Durante os discursos dos(as) participantes, nota-se um discurso compatível na forma como são percebidos os papéis de gênero vigentes dentro da sociedade que estão inseridos. Os três participantes citam um modelo essencialista como sendo atualmente propagado no senso comum. Ou seja, a partir do sexo biológico, todos concordaram, que são socialmente impostas expectativas de comportamentos estereotipados apoiados no modelo biológico binário, no qual dependendo do órgão genital que a pessoa nasça, ela já tem um padrão básico a ser seguido em seu comportamento social, suas atitudes etc. Esse estereótipo é citado pela participante A como ainda muito presente no “imaginário brasileiro” que dá-se através de uma construção social, histórica e cultural.

É importante ressaltar que os estudos sobre as questões de gênero são recentes, porém estes já põem em xeque o modelo biomédico ainda presente, onde o essencialismo biológico liga-se a rótulos comportamentais através do gênero na qual espera-se possíveis comportamentos e atitudes advindos do sexo biológico dos indivíduos (Madureira & Branco. 2012).

A participante C utiliza do termo “caixinha” para referir-se à fronteira rígida sócio-histórico cultural que produz uma clara delimitação entre o que é esperado dentro da concepção do gênero binário (feminino e masculino) (Madureira e Branco, 2012). Essas mesmas “caixinhas”, expõe a participante, normatizam e servem para controlar os corpos, rotulando os comportamentos, atitudes, modos de vestir, os lugares pertencentes a cada gênero, dentre outros. Essa mesma participante destaca que ao ultrapassar essa fronteira simbólica rígida (Madureira & Branco, 2012), surgem outros tipos de preconceito, estes agora ligados à sexualidade, como mostra o exemplo dado pela própria participante:

“(…) a moda e o consumo ainda estão ligados muito à mulher, tanto que o homem quando ele começa a se preocupar mais com o corpo é essa questão que

o pessoal chama de metrossexualidade, (...) mas ele é chamado de ‘viadinho’ ou coisas parecidas. Como se o cuidado do corpo e a beleza estivessem ligados só ao feminino”

No discurso da participante C, ainda vê-se as fronteiras simbólicas rígidas que transformam as diferenças entre o feminino e masculino em desigualdades (Madureira & Branco, 2012). Ao discorrer sobre a questão do sexismo, essa participante expõe como o sexismo e a homofobia se retroalimentam. Esses dois aspectos encontram-se quando socialmente há a dualidade entre passivo e ativo. Quando falamos de passivos – pensando em termos sócio-históricos e culturais – ligamos à posição do feminino e ao falarmos de ativo, ligamos à posição do masculino.

De acordo com Madureira e Branco (2012, p. 139), “o sexismo funciona como um resistente obstáculo para a superação da homofobia e expõe a extensão na qual os significados e práticas sexistas correspondem a uma parte essencial da gênese social e subjetiva da homofobia”. O sexismo e a homofobia retroalimentam-se quando essas duas formas de discriminação rejeitam qualquer indivíduo que não se sujeita aos estereótipos de gênero (o que é esperado a partir do sexo biológico), abarcando as duas assim um mesmo fenômeno social (Borrillo, 2009).

A homofobia, de acordo com Borrillo (2009), tem a função de controlar a sexualidade. Ela reprime os comportamentos, os gestos ou os desejos que não são adequados aos padrões de gênero socialmente designados, fazendo com que eles não ultrapassem essas fronteiras rígidas imaginárias associadas aos estereótipos de gênero. “Nesse sentido, a defesa da ordem sexual fundada sobre a diferença de sexos (macho/fêmea) pressupõe igualmente a manutenção da diferença de sexualidades (homo/hetero)” (Borrillo, 2009, p. 38).

Louro (1998) discute que essa binaridade do gênero também está ligada a heteronormatividade (ao qual relacionamentos afetivo-sexuais que não sejam heterossexuais não são socialmente aceitos), o que faz com que haja a homofobia (por estar fora dos padrões “normais” da sociedade, que seria ser heterossexual). Com a heterossexualidade compulsória – advinda da heteronormatividade – vivida pelos sujeitos na construção de sua identidade, favorece a prática da homofobia, já que a homossexualidade não é vista na sociedade atual ainda como algo “normal”. Esta dá-se através de crenças, representações, significados, atitudes, comportamentos negativos e

excludentes contra o que não é taxado de “normal”, podendo ocasionar ofensas, ameaças, agressões psicológicas, físicas e/ou verbais nos indivíduos que estão fora dos padrões convencionais (Junqueira, 2009) para hostilizar tudo que é associado à fragilidade e à passividade (características que socialmente estão associadas ao estereótipo feminino) (Oliveira, 1998). Em suma, a homofobia pode ser vista como um elemento de construção da masculinidade hegemônica por excluir e rebaixar tudo que é considerado fora dos padrões masculinos (Borrillo, 2009)

Lopes (2003, citado por Junqueira, 2009) analisa que a homofobia é um elemento no qual a orientação sexual do indivíduo não precisa ser confirmada como homossexual para que ela ocorra. O simples fato do sujeito ser considerado desviante do que lhe é designado socialmente já pode ocasionar esse tipo de preconceito nos mais diversos espaços sociais e institucionais, causando invisibilidade, silenciamento e alheamento² dos indivíduos fora do padrão heteronormativo.

O sofrimento causado pela homofobia não atinge apenas o oprimido (quem destoa da figura do homem cisgênero³ hétero), mas alcança também o opressor, ao qual na busca de um modelo ideal – inatingível e irreal – produzindo sofrimentos psíquicos em si. Com isso, aumenta as probabilidades de homens serem mais agressivos, tenham mais problemas com drogas e álcool etc (Oliveira, 1998), demonstrando também uma fragilidade da identidade masculina. Esse modelo heteronormativo, mostra-se opressor tanto para quem é “favorecido” quanto para quem é desfavorecido por ele – mesmo que de formas distintas.

² O alheamento “[...] consiste numa atitude de distanciamento, na qual a hostilidade ou o vivido persecutório são substituídos pela desqualificação do sujeito como ser moral. [...] significa não vê-lo como um agente autônomo [...] um parceiro [...] ou, por fim, como alguém que deve ser respeitado em sua integridade física e moral. [...] No estado de alheamento, o agente da violência não tem consciência da qualidade violenta de seus atos” (Costa, 1997, em Junqueira, 2009, p. 28).

³ Por ser um termo recente, poucos livros e textos – inclusive o dicionário – contém o significado da palavra “cisgênero”. Esse termo é utilizado para referir-se a “pessoas cujo gênero é o mesmo que o designado no seu nascimento. Isto é, configura uma concordância entre a identidade de gênero e o sexo biológico de um indivíduo” (<http://www.dicionarioinformal.com.br/cisgênero/>).

Como a feminilidade e a masculinidade são representadas na mídia pela perspectiva dos participantes

Um segundo ponto a ser discutido é como é percebida a representação dos gêneros binários (feminino e masculino) nas mídias. Os três participantes entram em consenso apontando que homens são tratados como “sujeitos” e mulheres são tratadas como “objeto” pelos veículos de comunicação e publicidade.

As participantes que são do gênero feminino (A e C) pontuam que quando as mulheres não estão sendo objetos, elas fazem parte de um “protagonismo” que apenas ocorre quando é para fins de reprodução do papel social feminino, como por exemplo melhorar as funções das mulheres no âmbito privado - cozinhar, limpar, beleza etc. Como cita a participante C.

“Tem coisas que são muito marcadas, né. Quando você vê... A mulher é muito associada ainda e muito presa ainda ao âmbito doméstico, então quando você vê produtos de limpeza, até nas embalagens mesmo (...), a gramática é um instrumento de poder muito forte, quando é que você vê o pronome coletivo feminino sendo usado no sentido de “todas” e não no masculino? Em produtos de limpeza e dificilmente você vê em produtos de limpeza o vocábulo masculino sendo utilizado, porque entende-se ainda que as tarefas domésticas cabem a mulher, então você direciona a linguagem pra isso. Você pode reparar que em outros comerciais, em produtos de maneira geral, de tecnologia, produtos que em tese estão ligados aos arquétipos do novo, da descoberta, da tecnologia tão todos vinculados ao masculino. Você não usa... E aí, entram os estigmas e arquétipos já impostos no inconsciente coletivo nosso, de que a mulher é do doméstico, é a sensível, é o cuidado, é o restrito e o homem é a coisa do viril, do forte, do público, de sair pro mundo, da conquista. Então os papéis dentro da publicidade é que ela são vinculadas a essas coisas já postas”.

A participante C acrescenta a esse ponto que a mulher, na verdade, não é “protagonista real” nem em assuntos que são relacionados a ela, precisando sempre de um homem para que sua fala seja legitimada em qualquer ambiente – sendo que em sua

maioria, como pontua a participante A, as mulheres fazem parte do “produto a ser comercializado”.

O participante B relata que esses papéis “já não são mais novidade”, que é considerado “normal” os estereótipos atribuídos aos gêneros na mídia – “normal” para esse participante é visto como ter grande ocorrência desses papéis nesse formato dos estereótipos, é comum e não causa espanto quando as representações de mulheres e homens aparecem dessa forma.

De acordo com Berger (1980), a tradição de pintura europeia também tinha esse pressuposto básico encontrado nos dias atuais nas mídias – televisão, jornal, revistas etc – sobre a figura do homem e a figura da mulher, fazendo-nos perceber que esses estereótipos perpassaram séculos, moldaram-se às sociedades e influenciaram o contexto da mídia brasileira atual. Nesse sentido, o autor afirma que “As mulheres são descritas de um modo muito diferente dos homens, não porque o feminino é diferente do masculino, mas por continuar a pressupor que o espectador ideal é masculino e a imagem da mulher se destina a lisonjeá-lo” (p.68).

Loponte (2002) discute que as interpretações dos significados presentes nas obras de artes visuais europeias é algo permeado pelo modo de ver masculino, o que também pode-se trazer pra publicidade atual. Tal olhar masculino, como cita a autora, pode ser confirmado pela legitimação e naturalização do corpo feminino como algo a ser admirado por quem é o espectador-foco: o homem. Restando para mulher, portanto, a posição de objeto a ser admirado.

Ao analisar a publicidade, Sabat (2001) argumenta que esta é um reflexo da sociedade e que nela está presente significados sociais que podem ser vistos em cada detalhe do que é reproduzido. Então os estereótipos de gênero são expostos e apropriados pela mídia. Sendo citado pelas participantes A e C em seus discursos, durante toda a entrevista realizada com cada uma delas, que a representação da mulher ainda pertence ao âmbito privado (doméstico), assim como o âmbito público é associado à representação do homem, fazendo com que haja a naturalização de discursos sexistas, através de revistas, novelas, programas de televisão, propagandas etc.

Gênero, corporeidade e padrões estéticos

Nessa seção, os participantes depararam-se com imagens que refletiam padrões estéticos de beleza (pessoas dentro e fora desses padrões atuais) e imagens de homens imitando as mulheres no padrão e estereótipo que é socialmente designado a elas (vestidos de forma a reproduzir a forma que mulheres são frequentemente retratadas na mídia).

As imagens mais significativas foram a de pessoas gordas/obesas. Os três participantes relataram incômodo ao defrontar-se com elas. Os padrões atuais de beleza abarcam pessoas magras, causando estranhamento quando são apresentadas pessoas fora desses padrões estéticos hegemônicos – algo que está fora das fronteiras simbólicas do grupo social ao que pertencem, já que todos(as) os(as) participantes demonstram preocupação com esses padrões. Quando as fronteiras simbólicas que separam quem somos “nós” de quem são “eles” tornam-se rígidas, elas fazem as diferenças entre as pessoas ou os grupos se tornarem desigualdades, ocasionando situações de possíveis preconceitos e discriminações com o outro grupo e possíveis sofrimentos psíquicos de quem, nesse caso, não quer estar fora do padrão estético (Madureira & Branco, 2012; Woodward, 2000), como diz a participante C. O corpo, segundo Foucault (1975, citado por Novaes, 2011), é “objeto de uma das mais fortes regulações sociais” (p. 479), o que pode ocasionar exclusão e sofrimento psíquico a quem foge dos padrões estéticos.

Novaes (2011) pontua que: “Vê-se (...) a dimensão de regulação e controle das práticas corporais, ao se sublinhar o lugar que a beleza assume como valor social. Nossas regulações permanentes, bem como nossos referenciais identitários, estão bastante enraizados nas expectativas relativas ao corpo” (p.486).

O relato como o do participante B é congruente com o da participante C, pode-se demonstrar isso quando ele utiliza as características: “louca”, “desequilibrada”, “morta”, “depressiva”, “desequilíbrio psicológico” quando vê a fotografia de uma mulher gorda que está deitada no chão fazendo uma releitura da imagem tradicional da mulher nas artes visuais europeias. Assim, como a figura do obeso é retratada por ele como uma “sensação de desespero”, ligando a questão da obesidade à doença, sem cuidados com a saúde. Nota-se o paralelo que o participante faz com seu modo de vida saudável ao que é reproduzido de forma contrária ao comparar-se à figura do homem obeso, tendo a

imagem um aspecto negativo pra esse participante e fazendo com que ele produza um distanciamento dela, algo importante pra construção de sua identidade – marcação do que ele é e do que ele não é (Gailinkin & Zauli, 2011; Woodward, 2000).

A mulher gorda é desvinculada dos padrões de beleza e, segundo Novaes (2011), esta também desprende-se do poder de atração sob o masculino e estabelece uma barreira do próprio feminino, sendo estes fatos que levam a exclusão e repulsa sobre essas pessoas. Por muitas vezes, o corpo é vinculado à personalidade, aos comportamentos, às atitudes, ao modo de vida etc dos indivíduos, sendo o sujeito definido pela sua aparência (Novaes, 2011), como é feito pelo participante B.

A participante C discorre que quando deparou-se com a imagem da mulher gorda, sentiu-se “desafiada a aceitar isso como belo”, já que a sociedade impõe um padrão e junto com pensamentos construídos por ela através dessa imposição social, surge a questão da auto-cobrança com o próprio corpo. Declara encarar com muita dificuldade fotografias de pessoas gordas, já que desde muito nova a pressão social de ter um corpo dentro dos padrões sociais hegemônicos recai sobre os indivíduos, podendo ocasionar transtornos alimentares - como foi o caso dessa participante. Ela fala sobre a existência de preconceito contra essas pessoas que apresentam o corpo fora dos padrões. A participante C também acrescenta que o corpo masculino é menos cobrado que o corpo feminino para estar dentro dos padrões de beleza da sociedade. Berger (1980) cita que o objeto a ser julgado (vigiar e ser vigiado) é, em especial, a mulher, então como sujeito, o homem vigia a mulher, mas não é tão vigiado e cobrado quanto ela. Causando estranheza em todos os participantes quando esses papéis se invertem, como foi no caso de uma das figuras apresentadas.

Como discorre a participante C fazendo um comparativo entre a foto da mulher dentro dos padrões de beleza vigentes e a que não pertence a esse grupo:

“(…)Isso é uma contradição que eu entro muito em guerra interna, porque, cara, eu luto tanto contra as opressões e contra discursos machistas e conservadores que tentam enquadrar a gente numa coisa só. Mas, ao mesmo tempo, a nossa convivência social vai muito do... bom, o reconhecimento que você faz de você mesma depende sempre do outro, as coisas são sempre construídas em termos coletivos. (...) Eu olho de uma maneira bem sincera e penso: “putz, queria ter esse corpo”, porque eu sei que socialmente é um corpo reconhecido e que

transita longe de olhares acusativos e de discriminatórios, de uma mulher que é branca, que tem tatuagens interessantes e tem um puta corpo dentro do que a gente considera belo e tá num cenário completamente fetichizado (...). Então, da mesma forma que a gente luta por uma mudança, a gente ainda tenta construir nossa identidade, reformular o que queremos ser e o que não queremos ser. Enfim, eu acho que é uma grande confusão e às vezes rola umas crises”.

Nesse último ponto, há uma convergência entre as respostas das participantes do gênero feminino e o participante do gênero masculino sobre uma foto em que aparece uma fotografia de uma mulher dentro dos padrões de beleza hegemônicos atuais.

Na fotografia da mulher sensual, os três participantes divergiram nas opiniões. A participante A sentiu-se incomodada com a sexualização feminina. O participante B viu como “empoderamento” a sensualidade e feminilidade por meio de parecer sentir-se mais bonita e bem consigo mesma, como explica o participante. A participante C sentiu-se incomodada também com a sexualização feminina, porém apresenta um posicionamento diferente da participante A. Enquanto a participante A sentiu aversão por essa figura, a participante C viu-se numa posição de querer também pertencer aos padrões como a mulher da foto. A nudez junto com a sensualidade feminina na tradição das artes visuais europeias mostra-se como marca de submissão ao verdadeiro espectador da obra, que no caso era o homem, disponibilizando sua feminilidade no tempo em que está sendo vigiada por ele (Berger, 1980).

Debates sobre empoderamento feminino através do nu, a partir da fala dos participantes, podem seguir duas vertentes: uma que reitera de forma similar essa representação visual sobre o feminino da tradição da arte visual europeia e outro que traz o argumento de liberdade dos corpos e nudez como afirmação da aceitação de não estar dentro dos padrões – por serem esses padrões de beleza ideais.

Conclusão

O presente artigo comprometeu-se a analisar como a feminilidade e a masculinidade têm sido representadas no contexto atual e, de acordo com os objetivos, foram analisados os padrões de beleza associados a cada gênero e identificados se há

diferenciações sociais, dentro desses padrões, entre o ser mulher e o ser homem a partir do discurso dos(as) participantes. Algumas questões chamaram atenção e aprofundaram-se nesse estudo como as relações profundas entre o sexismo e homofobia, e a fomentação da discussão sobre o que seria o empoderamento feminino.

Através da análise da mídia e dos padrões reproduzidos de feminilidade e masculinidade é percebida a forma que a publicidade apropria-se em seu discurso de padrões de beleza e comportamento vigentes. A análise temporal e espacial também nos mostra que esses padrões mudam de acordo com a percepção dos indivíduos, sendo modificadas de acordo a sociedade em que vive ou até a partir de práticas informais como aprendizagem dentro de casa.

Ainda nota-se que o essencialismo está presente tanto no senso comum. Servindo ainda pra explicar e justificar o porquê dessa distinção marcada entre o feminino e masculino, como diferença física, comportamentais e psíquicas (Louro, 1998b). A importância significativa dos estudos de gênero tanto abarcam maiores informações sobre o assunto com novos estudos quanto, como diz Louro (1998a), a desconstrução desse conflito de gênero, no qual o feminino e masculino são vistos como opostos. Com isso, pretende-se observar o gênero como um espectro no qual as fronteiras entre os grupos delimitados a partir dos gêneros binários sejam transponíveis, não se prendendo apenas ao que é imposto socialmente e não havendo retaliações a quem as ultrapassa.

Os padrões de beleza e comportamento ainda estão, muitas vezes, atrelados ao sexismo e ainda espera-se atitudes, escolhas, gestos, preferências de acordo com o sexo biológico. Outro aspecto é como não fazer parte desses padrões causam sofrimento psíquico para os indivíduos, provocando um possível estranhamento em relação às pessoas que não estão dentro ou não buscam por esse padrão.

O curioso dessa pesquisa é que aspectos como “gordofobia” ou “empoderamento feminino” foram tratados de formas diferentes, com aspectos às vezes opostos (como no caso do que é empoderamento), o que induz a necessidade de maiores discussões, inclusive em nível acadêmico, sobre tais assuntos. É possível notar que apesar dos discursos dos três participantes valorizarem a igualdade entre os gêneros ou

quererem inicialmente não se importar com os padrões impostos, não os impede de reproduzirem padrões de beleza para ambos os gêneros e para si mesmos.

A principal contribuição dessa pesquisa é de levantar questões sobre como são reproduzidos os valores de forma transgeracional e como eles moldam-se ao contexto sócio-histórico cultural atual, sendo reproduzidos aspectos sobre os modelos de feminilidade e masculinidades expostos pela mídia. Como pesquisas acadêmicas futuras é proposto o aprofundamento no estudo de questões como gordofobia e a relação de empoderamento feminino e nudez.

Referências Bibliográficas

- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes.
- Borrillo, D. (2009). A homofobia. Em Lionço, T. & Diniz, D. (Orgs). *Homofobia & Educação: um desafio ao silêncio* (pp. 15-46). Brasília: LetrasLivres / Editora da Universidade de Brasília.
- Galinkin, A. L. & Zauli, A. (2011). Identidade social e alteridade. Em C. V. Torres & E. R Neiva (Orgs.), *Psicologia Social: principais temas e vertentes* (pp. 253-261). Porto Alegre: Artmed.
- Junqueira, R. D. (2009). Introdução - Homofobia nas escolas: um problema de todos. Em R. D. Junqueira (Org.), *Diversidade sexual na educação: problematizações sobre a homofobia nas escolas* (pp. 13-51). Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, UNESCO.
- Loponte, L. G. (2002). *Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino*. Estudos Feministas, 10(2), 283-300. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n2/14958.pdf>
- Louro, G. L. (1998). Gênero, sexualidade e educação. Petrópolis: Vozes.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2001). *A pesquisa qualitativa em psicologia do desenvolvimento: questões epistemológicas e implicações metodológicas*. Temas em Psicologia, 9 (1), 63-75.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2007). *Identidades sexuais não-hegemônicas: processos identitários e estratégias para lidar com o preconceito*. Psicologia:

- Teoria e Pesquisa, 23(1), 81- 90. Disponível em:
<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v23n1/a10v23n1.pdf>
- Madureira, A. F. A. (2010). *Gênero, fronteiras simbólicas e imagens: implicações metodológicas e educacionais*. Anais - Simpósio: Gênero e Psicologia Social (pp.17-30). Brasília: TechnoPolitik.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2012). As raízes histórico-culturais e afetivas do preconceito e a construção de uma cultura democrática na escola. Em A. U. Branco & M. C. S. L. Oliveira (Orgs.), *Diversidade e cultura da paz na escola: contribuições da perspectiva sociocultural* (pp. 125-155). Porto Alegre: Mediação.
- Minayo, M. C. S.; Deslandes, S. F.; Gomes, R. (2007). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis – RJ: Vozes.
- Novaes, J. V. (2011). Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social. Em M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.). *História do Corpo no Brasil* (pp. 477-506). São Paulo: Unesp.
- Oliveira, M. C. S. L. & Madureira, A. F. A. (2014). *Gênero e Psicologia do Desenvolvimento: quando a ciência é utilizada como força normatizadora das identidades de gênero*. Labrys (Edição Française. Online), 26. Disponível em: <http://www.labrys.net.br/labrys26/psy/maria%20claudia.htm>
- Parker, R. G. (2000). *Corpos, prazeres e paixões: A cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo, SP: Best Seller.
- Sabat, R. (2001). *Pedagogia Cultural, gênero e sexualidade*. Estudos Feministas, 9 (1), 9-21.
- Scott, J. (1995). *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. Educação & Realidade, 20 (2), 71-99.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução conceitual. Em T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis: Vozes.