



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Ciências da Educação e Saúde – FACES
Curso de Psicologia
Aluna: Sula Maria Cavalcante Vieira – 21359170
Professora: Ana Flávia do Amaral Madureira
Disciplina: Produção de Artigo

A percepção de homens e mulheres sobre a feminilidade e a masculinidade na representação midiática

Resumo: Com base em dados estatísticos que evidenciam as consequências do contexto de reprodução machista e sexista do Brasil, esta pesquisa qualitativa em paralelo com estudos feministas, a Psicologia histórico-cultural, as Artes Visuais e a Mídia teve como proposta a investigação da percepção de jovens do Distrito Federal sobre a percepção dessas pessoas com relação à representação do feminino e do masculino nas redes midiáticas (revistas, propagandas, novelas, seriados, redes sociais, etc.) por meio de entrevista semiestruturada e imagens pré-selecionadas. Ainda, a partir da interpretação de cada participante, investigar como essas representações influenciam ou não a forma de agir, de se vestir e de atribuir papéis de gênero no meio em que essas pessoas convivem. As falas do participante e das participantes foi contraditória em alguns momentos, o que caracteriza a complexidade da temática da significação dos papéis de gênero. Foi notória também a percepção de mudanças e ao mesmo tempo das tradições nas relações entre homens e mulheres no contexto do participante e das participantes.

Palavras-chave: Feminilidade, Masculinidade, Mídia e Papeis Sociais

É perceptível, na mídia brasileira, a presença exacerbada de estereótipos e representações hegemônicas acerca das identidades de gênero e identidades sexuais. Em propagandas nacionais de cerveja, por exemplo, com frequência aparecem mulheres seminuas, com corpos atléticos servindo a bebida para os homens. A partir dessa representação, já é possível levantar algumas reflexões.

Por que o homem é servido e a mulher serve? Por que retratam mais homens tomando cerveja que mulheres? Por que as mulheres estão seminuas e os homens não? Será aquela apresentação a reprodução do que acontece no cotidiano ou é o contexto social que adota aquela representação para ações cotidianas? A partir dessas considerações, tem-se como problema de pesquisa: qual a percepção dos/das jovens sobre representações de feminilidade e masculinidade difundidas na mídia e como se posicionam diante do que é representado?

Exemplos de representações como as citadas anteriormente onde são encontradas em propagandas que já foram ao ar em canais abertos e fazem análise da perspectiva da mulher na sociedade de consumo e nos veículos de comunicação, além de trazerem o debate da ética na publicidade e podem ser consultados em Kyrillos & Almeida, 2010; Moreira, 2012 e Torrecilha, 2014.

Esses e outros trabalhos demonstram, de maneira geral, como essas representações podem refletir negativamente na nossa cultura e na formação de cidadãos e cidadãs, porque podem gerar comportamentos excludentes e discriminatórios.

Por isso, fazer uma análise da percepção de homens e mulheres sobre a influência dessas representações midiáticas no cotidiano dessas mesmas pessoas poderá auxiliar diferentes campos da psicologia (escolar, clínica, jurídica, organizacional, social, etc.) a enfrentar melhor o sofrimento causado por discriminação e preconceito.

As consequências limitantes geradas pela exclusão não atinge somente as mulheres, mas também os homens, que têm a felicidade altamente relacionada com poder e status e que são impedidos de entrar em contato com emoções e demonstração de ações e sentimentos considerados como fragilidades (amor, afeto, frustrações), pois os sentimentos estão relacionados a irracionalidades e inferioridade. Costa et al., (1986) e Louro (1997) abordam essa discussão.

Expectativas à feminilidade e expectativas a masculinidade

Feminilidade e masculinidade são questões de construção social. As pessoas pertencem à cultura e a cultura às pessoas. Cada uma tem uma maneira singular de significar o que presencia e a presença de cada pessoa é relevante na formação dos significados culturais. Quando se trata das representações acerca das supostas funções femininas e masculinas, sabe-se que essas estão presentes no nosso contexto desde antes do nascimento de uma pessoa. Meninas não nascem com habilidades de cuidadora e com características de sensibilidade e passividade, e nem os meninos nascem com senso de competitividade, assertividade e com potencialidades para dominar (Ferreira, Assmar & Souto, 2002; Madureira, 2010; Moore, 2000; Valsiner, 2012).

A partir do momento em que se descobre o sexo (como característica biológica) do bebê, em muitas famílias pode-se notar os comentários de “vai ser uma princesa”, quando se trata de uma menina, ou “vai conquistar o coração de todas as mulheres”, quando se trata de um menino. O quarto cor-de-rosa para as meninas, o quarto azul para

os meninos. Bonecas, ursos de pelúcia para meninas e carrinhos e legos para os meninos. Nota-se essa divisão em lojas de roupas infantis, lojas de brinquedos, brindes infantis em redes de *fast food*, na educação das crianças desde a primeira infância e também nas representações de propagandas, filmes, seriados e desenhos.

A partir da análise anterior sobre os papéis sociais atribuídos às mulheres e aos homens com as representações midiáticas, percebe-se também em propagandas que, muitas vezes, as mulheres são protagonistas nas campanhas de produtos de limpeza e alimentos. Por exemplo, ao pesquisar “*Divisão de tarefas domésticas*” no *Google*, os resultados da busca são *sites* e *blogs* que tem mulheres como público alvo e textos que dão sugestões de como abordar essa temática com o companheiro.

Pode-se ainda associar a reprodução de divisão e representações hegemônicas de feminilidade aos filmes infantis de princesas que quase sempre necessitam da ajuda da figura masculina para serem salvas, como nos clássicos *Branca de Neve*, *Cinderela* e *Rapunzel*, por exemplo (Xavier, 2011). Nos últimos anos, mulheres estão sendo retratadas com mais independência, como nos filmes *Malévola*, *Frozen* e *Valente*, em que a princesa é habilidosa no arco e na caça, é resistente, corajosa e independente.

Sexismo e ocupação da esfera pública e privada

A construção cultural acerca das feminilidades e masculinidades está associada com o sexismo, que “corresponde a uma separação exclusiva (dualista) entre os gêneros masculino e feminino, o estabelecimento de relações de poder desiguais e a associação de significados pejorativos em relação a um dos gêneros” (Madureira & Branco, 2012, p. 138).

Associa-se a definição anterior de sexismo com a análise desenvolvida por Madureira (2010) sobre as relações de gênero no Brasil colonial e Loponte (2002) sobre a representação das mulheres nas obras de arte da tradição europeia. A conclusão em comum é em relação a imagem do feminino sempre como segundo plano ou associada com fraqueza, submissão e “acessório”, e o masculino como provedor, poderoso e forte. Essas associações são significados culturais arcaicos, que se manifestam desde muitas gerações nas dinâmicas de funcionamento social (Madureira, 2010b).

O fato de que, em muitos eventos, mulheres pagam menos que homens para entrada também pode ser considerado um exemplo da representação feminina como produto. Ou seja, imagina-se um grande comparecimento do público feminino em detrimento do menor preço, o que chama atenção do público masculino, que paga mais

caro por acreditar que será um ambiente repleto de mulheres. Pode-se interpretar que as mulheres, nesses casos, têm papel de “atrativos” de eventos em vez de clientes.

Voltando novamente para o campo das representações visuais, Loponte (2002) debate sobre as diferenças nas representações da mulher e do homem no meio artístico, e argumenta que o modo de ver masculino é o dominante. Eram os homens que atuavam no espaço público e as mulheres só podiam ocupar o espaço doméstico, no período das obras que foram analisadas. E isso pode ser consequência do conteúdo articulado por Berger (1980), que explicita que as imagens artísticas eram produzidas por homens para homens e as mulheres eram representadas para o deleite visual masculino, aparecendo sempre sensuais, seminuas ou como segundo plano.

Ao associar essa interpretação com as informações nos meios de comunicação, percebe-se a reprodução da forma de representação feminina nas artes visuais.

Corpos femininos idealizados povoam as capas de revista de moda, nas quais personalidades famosas ditam as regras de um ‘corpo perfeito’. Nas revistas ‘femininas’ ensina-se como buscar o tão sonhado corpo de *top model*, enquanto nas revistas ‘masculinas’ os mesmos corpos são oferecidos para o deleite visual dos homens. (Loponte, 2002, p. 290)

Com a leitura da história e da proposta do feminismo pode-se observar como ideia central a busca pela visibilidade da mulher que, historicamente, é segredada social e politicamente, e a luta pela conquista da igualdade entre mulheres e homens perante a sociedade. Nesse sentido, Louro (1997) aponta que, na primeira fase do feminismo (séc. XIX), as mulheres de classe média só ocupavam a esfera doméstica e mesmo as mulheres que trabalhavam nos campos e em fábricas, tinham que se reportar aos homens, e não se abstinham de atividades no espaço doméstico.

A divisão do que é “trabalho de mulher” e “trabalho de homem” era nítido antes do surgimento do movimento feminista, pois a mulher acabava cumprindo funções de suporte e auxílio e estudiosas começaram a notar a falta de visibilidade das mulheres no campo das artes, ciências e letras (Louro, 1997).

Apesar de alguns pontos de mudança, atualmente, ainda pode-se notar essas desigualdades no Brasil, onde muitas mulheres estão no mercado de trabalho, porém recorrentemente recebem salários mais baixos que os homens, mesmo quando ocupam o mesmo cargo (Catho, 2015). Além disso, há ainda um número maior de homens ocupando cargos de chefia quando as mulheres são mais escolarizadas, ou seja, mesmo que em média contabilizem maior tempo de estudo que os homens, estão em

desvantagem quando se trata de ocupação de cargos superiores (Nações Unidas no Brasil, 2015).

É relevante apontar ainda que apesar da emancipação feminina com relação ao mercado de trabalho, essas ainda são as maiores responsáveis pelas tarefas domésticas e cuidados com os/as filhos/as (Jablonski, 2010).

Durante muito tempo, as desigualdades entre mulheres e homens eram “justificadas” pelas diferenças biológicas de maneira reducionista. Evidentemente a estrutura corporal de homens e mulheres não é igual, porém sabe-se que o fator de maior influência no desenvolvimento de determinadas habilidades são culturais e dependem do histórico de vida de cada pessoa. A questão de aquisição de habilidades motoras, independentemente de gênero, pode ser consultada em trabalhos de acadêmicos/as de educação física, como Ladewig (2000).

Por muito tempo, o essencialismo biológico foi embasado por inúmeras teorias científicas. Bourdieu (1983) aponta que a ciência é um campo social como outro qualquer, e por isso então não pode ser considerada como neutra. No campo social, existe uma disputa constante de legitimação de fala e de ação. As mulheres ainda que estejam ganhando mais destaque no meio científico, historicamente são colocadas em segundo plano.

Pode-se entender que a dominação masculina no campo científico sustenta as teorias que buscam justificativas que enfatizam estereótipos femininos, colocando mulheres como sensíveis, frágeis, mais fracas, piores motoristas ou que mulheres falam muito, por exemplo.

Nesse sentido, El-Hani (1996), destaca a maneira que pesquisas científicas são expostas nos meios de comunicação e demonstra como essas pesquisas são divulgadas de forma enviesada. No exemplo apresentado nesse trabalho, destaca esta publicação em uma revista popular brasileira: “Neurônios que Fazem a Diferença”. A mensagem geral na publicação dessa revista praticamente anulou a importância da interação do organismo com o ambiente para o desenvolvimento das pessoas e afirmou que as mulheres e os homens utilizam o cérebro de forma diferente, tentando legitimar a caracterização de mulheres como mais sensíveis e homens como mais pragmáticos.

Consequências da ideologia patriarcal

As desigualdades entre homens e mulheres são consequências da ideologia patriarcal, que demarca grandes desigualdades nas relações de poder entre mulheres e

homens. Essa relação é visível na esfera pública e privada. Além dos dados de diferença salarial (esfera pública), são noticiados diariamente casos de violência doméstica e assédio sexual. De 1980 até 2010, foram registrados cerca de 91 mil assassinatos de mulheres no país, sendo mais de 45 mil somente na última década (Instituto Sangari, 2012). Cinco mulheres são espancadas a cada dois minutos no Brasil, sendo que 91% dos homens dizem que consideram errado bater em mulher em qualquer circunstância (FPA, SESC, 2010). Foram notificados 12.087 casos de estupro no Brasil em 2011. “Estimamos que, a cada ano, 527 mil pessoas são estupradas no Brasil. Desses casos, somente 10% chegam ao conhecimento da polícia” (IPEA, 2014).

O machismo e o sexismo foram representados também nas leis brasileiras durante a época colonial. Biceglia (2002) ainda destaca que a mulher era considerada objeto com o advento do Código Civil de 1916, onde estava elencada como relativamente incapaz e precisava de aprovação do marido para que seus atos fossem validados. Atualmente, porém, leis que representam as mulheres estão em vigor, como a Lei Maria da Penha e a Lei do Feminicídio, marcando uma conquista importante no processo de promoção da equidade nas relações entre homens e mulheres.

O machismo privilegia o homem de diferentes maneiras pelo fato de dar ao homem maior destaque no meio social, além de voz dominante e poder de decisão. Entretanto, muitos homens também são prejudicados com essa configuração, pois para se enquadrarem em um perfil de homem bem-sucedido no meio social, se cobram e são cobrados a atingirem um status social de provedores, fortes, sem expressividade de sentimentos e fraquezas. São, muitas vezes, repreendidos ao usarem expressões que sejam características de sensibilidade. Assim como podem ser julgados ao se relacionarem com uma mulher de status social mais elevado, ou podem ser reprimidos também ao negarem envolvimento sexual com alguma mulher que demonstre interesse, pois existe a cobrança de estarem sempre sexualmente disponíveis. Diferentes articulações sobre a fragilidade do ego masculino são feitas por Oliveira (1998).

Atualmente, encontra-se com frequência nos noticiários notificações de brigas em bares, boates e shows envolvendo homens. De acordo com levantamento do DETRAN em diferentes estados do Brasil, a maioria dos acidentes de trânsito por imprudência (consumo de bebida alcoólica, por exemplo) são causados por homens. Pode-se fazer uma reflexão a partir disso com a ideia da busca de autoafirmação masculina. Homens transformam terceiros em objetos de violência e são também vítimas da própria violência (Oliveira, 1998).

É evidente que as mulheres são as maiores prejudicadas pela configuração machista e sexista do nosso meio social. Entretanto, é importante ressaltar que esse modelo é prejudicial a sociedade como um todo, mas os homens são os que têm privilégios mantidos.

Teoria da subjetividade e perspectiva histórico-cultural

Pode-se analisar a temática aqui trazida a partir das contribuições de González Rey (2003), que teve como intenção na formulação da teoria da subjetividade romper com a ideia reducionista e determinista de que a subjetividade é um fenômeno apenas individual e de que os processos sociais são externos aos indivíduos. Rompe com a ideia de que certa situação seria desencadeante de um determinado efeito para o indivíduo, ideia de causa e efeito.

Com essa perspectiva e baseado na perspectiva histórico-cultural de Vygotsky, apresentou a subjetividade como um sistema complexo e plurideterminado, “...afetado pelo próprio curso da sociedade e das pessoas que a constituem dentro do contínuo movimento das complexas redes de relações que caracterizam o desenvolvimento social” (González Rey, 2003, p. IX). Ou seja, os processos sociais como constituintes do indivíduo e constituídos pelo indivíduo. Essa ideia valoriza a relação do sujeito com a esfera social, e resalta a importância dessa relação para os sentidos que são construídos pelo indivíduo para o próprio indivíduo e para o meio ao qual pertence (González Rey, 2003).

O objetivo geral desta pesquisa é:

- 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.

Os objetivos específicos são:

- Analisar a percepção dos(as) participantes com relação às influências das representações midiáticas de feminilidade e masculinidade na vida pessoal e profissional;
- Analisar a percepção dos(as) participantes com relação aos papéis sociais atribuídos pela mídia à figura feminina e à figura masculina.

Método

Foi utilizado o método qualitativo para a realização desta pesquisa. O método qualitativo é bastante utilizado no campo das ciências sociais.

Caracteriza-se pela empiria e pela sistematização progressiva de conhecimento até a compreensão da lógica interna do grupo ou do processo em estudo. Por isso, é também utilizado para a elaboração de novas hipóteses, construção de indicadores qualitativos, variáveis e tipologias (Minayo, 2007, p. 57).

É importante ressaltar que a entrevista, que é muito utilizada no processo de construção de informações nas pesquisas qualitativas não é um meio de busca de “respostas prontas”. A entrevista é semiestruturada e é realizada em forma de diálogo, de maneira que os conteúdos que surgem demonstram construções do/a pesquisado/a e do/a pesquisador/a naquele momento. A pesquisa qualitativa caracteriza-se por considerar a subjetividade e singularidade do/a participante e do/a pesquisador/a. A entrevista é um espaço de co-construção de significados (Madureira & Branco, 2001).

Esta pesquisa foi realizada com duas voluntárias e um voluntário que assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, não receberam nada como forma de estímulo para participarem da pesquisa e não terão suas identidades pessoais divulgadas. As entrevistas foram gravadas, com permissão das participantes e do participante, e foram transcritas para facilitar o trabalho de análise. Esse material foi destruído após a conclusão da pesquisa, conforme consta no TCLE assinado pelos/as participantes. A pesquisa foi aprovada pelo CEP UniCEUB.

Participantes

Esta pesquisa contou com duas participantes e um participante: Sara, Bárbara e Pedro (nomes fictícios). Sara tem 18 anos, está no terceiro ano do ensino médio, faz trabalho voluntário em uma escola pública do Distrito Federal, é irmã mais velha de quatro irmãos e os pais são separados. Bárbara tem 22 anos, cursa Direito, estuda para concurso público, trabalha como voluntária em uma organização mundial sem fins lucrativos, tem um irmão mais novo e mora com os pais. Pedro tem 21 anos, cursa Administração, faz trabalho voluntário em uma organização mundial sem fins lucrativos e mora em uma república.

Materiais e Instrumentos

Para a construção das informações com os/as participantes desta pesquisa foi utilizado um gravador, um *tablet*, e um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido impresso em duas vias (uma para o/a participante e uma para a pesquisadora). Como instrumentos, foi utilizado um roteiro de entrevista e imagens selecionadas previamente. As imagens foram expostas pelo *tablet*.

Procedimentos de Construção de Informações

As informações foram construídas mediante a realização de entrevistas individuais semiestruturadas, juntamente com imagens previamente selecionadas, que possibilitam acesso aos processos de significação individuais de cada participante. O local de pesquisa foi a respectiva residência de cada participante. Pode-se considerar que os ambientes foram adequados, pois foi conversado com os integrantes da família para não haver interrupções. Foi pedido que as participantes e o participante respondessem com sinceridade todas as questões propostas e foi dito que o tempo era livre e que elas e ele poderiam fazer colocações a qualquer momento.

Procedimentos de Análise

Depois das entrevistas realizadas e transcritas, foram construídas três categorias analíticas temáticas para discussão dos resultados da pesquisa, sendo elas: as relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira: (1) tradição x transformação; (2) a feminilidade e a masculinidade na mídia a partir da percepção dos/as participantes e (3) contradições e ambiguidades no discurso dos/as participantes sobre as questões de gênero. Lembrando que os nomes fictícios utilizados para representar as participantes e o participante desta pesquisa são: Bárbara (22 anos), Pedro (21 anos) e Sara (18 anos).

Resultados e Discussão

A seguir, as categorias analíticas que foram construídas a partir das falas das/o participante e foram articuladas com as teorias e conceitos abordados neste trabalho.

1- As relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira: tradição x transformação

Aspectos em comum foram encontrados nos discursos de Bárbara e Sara. Pedro demonstrou ter uma percepção diferente da percepção das participantes. Todas/os compartilharam exemplos sobre dinâmica familiar com os moldes da composição tradicional de família (pai, mãe e filhos/as).

Bárbara compartilhou muitos aspectos da dinâmica familiar dela. A mentalidade da mãe e do pai da participante pareciam ser divergentes com relação a questão de papéis considerados femininos e masculinos, sendo que, de acordo com ela, o pai tem uma visão mais tradicional de como deve ser a relação de homem e mulher na esfera doméstica. Explicita que já houve vários debates entre o pai e a mãe, mas que agora o pai aceita, cansou de discutir com a mãe.

A mãe da participante, com o advento do *facebook*, começou a expor uma visão transformacional na relação de homens e mulheres e divisão de tarefas, no sentido de fuga da expectativa social tradicional. A participante denominou a mãe como “muito feminista” por defender que não existe distinção alguma entre homens e mulheres, e compartilhou que, por ordens da mãe, o irmão também lava a louça e passa o rodo em casa, mesmo em contradição com o marido, que diz que “lavar a louça é coisa de menina”.

Bárbara compartilhou aspectos da infância (“brincadeira de menino e brincadeira de menina”), e da diferença entre ser homem e mulher na esfera pública. Menciona que, quando pequena, tinha comportamento diferenciado de colegas meninas da escola e das primas, porque gostava de jogar bola, de se sujar e correr na rua, como os meninos faziam. Destaca que, na adolescência e início da fase adulta, percebe melhor a distinção entre ser homem e estar na rua e ser mulher e estar na rua.

Sobre a ocupação da mulher na esfera pública, Bárbara compartilhou que um homem nunca sentiria medo de encontrar uma mulher atrás dele numa rua escura como nós (mulheres) sentimos medo quando vemos um homem atrás da gente caminhando por uma rua escura.

Nessa fala, fica evidente a necessidade de leis que protegem as mulheres na sociedade brasileira, porque não é o mesmo ser homem e mulher na esfera pública, que

historicamente é predominantemente ocupada pelos homens. Percebe-se aí uma diferença na relação entre homem e mulher comparando-se com a relação tradicional esperada e sustentada até mesmo pela Código Civil em 1916, em que a lei autorizava que o marido “devolvesse” a esposa para a família caso houvesse confirmação de não virgindade depois do casamento, além de legitimação de assassinato da esposa em casos de adultério, por exemplo (Biceglia, 2002).

Supostamente, na dinâmica dessa família especificamente não há hierarquização nas relações entre o homem e a mulher devido ao fato de que a mãe aparentemente tem o direito de voz e de se impor. Porém, em uma parte da entrevista Bárbara disse que “Assisto jornal que todo mundo para lá em casa e assiste porque meu pai dita as regras, né”. Essa fala caracteriza o pai em uma posição de superioridade na definição das regras da casa e evidencia a complexidade das questões que envolvem papéis de gênero, pois estão arraigados nas dinâmicas sociais. Percebe-se uma família caracterizada diferentemente da determinação tradicional em muitos aspectos, mas encontra-se, ainda assim, dinâmicas que condizem com a expectativa tradicional da atuação masculina com poder maior de fala. O trabalho de Parker (1991) explicita as ambiguidades e a complexidade encontradas no sistema hierárquico de gênero. Discute acerca dos papéis sexuais atribuídos à mulher e ao homem, que são consequentes do patriarcado. Entretanto, além da esfera sexual, pode-se associar as contradições na dinâmica familiar.

Ficou destacado na fala de Pedro que o conceito de “funções de mulheres e funções de homens” é ultrapassado. O participante tem uma visão otimista sobre como a sociedade vem se transformando. Disse que as mulheres vem ocupando cargos de liderança, que o sustento da casa vem sendo dividido, assim como funções de cuidados com os filhos, e com a casa.

Um exemplo que o participante apresentou corrobora com a visão de que não há funções para mulheres e funções para homens: “eu já vi mulher em construção civil! Mas tipo, é uma cultura de que as mulheres não nasceram pra isso. Então, tipo.. Se a mulher quer fazer construção civil, ela vai fazer construção civil. Não interessa!”. Essa ideia vem de encontro com o que Louro (1997) argumenta em relação a construção social sobre os sexos. Não são as características biológicas que determinam a masculinidade e a feminilidade, mas a forma de representação e valorização dessas

características. Bordieu (2005), corrobora com a argumentação de construção social de feminilidade e masculinidade, e destaca que no meio social vigente, a masculinidade é colocada em evidência e detém de privilégios e ocupa, evidentemente, uma posição de poder.

Além disso, o participante Pedro, verbalizou que existe, na esfera cultural, argumentos biológicos arraigados que delimitam as atividades que podem ser executadas por mulheres, o que pode significar a não existência de fundamentação para o essencialismo biológico.

Quando foi perguntado para Sara se ela acreditava que existiam funções fundamentalmente femininas e funções fundamentalmente masculinas, a resposta foi um tanto quanto inesperada para a pesquisadora: “Tipo, acho que o homem tem que ser o chefe, tem que tipo, ir atrás, sustentar a casa, mas não sozinho.. Com a ajuda da mulher também, mas eu acho que é isso (...) Mas é papel da mulher tipo, procriar... Tô sendo bem machista, mas eu acho que é isso”.

A participante descreveu, de certa forma, como são as configurações familiares diversas atualmente. Homens e mulheres trabalham para o sustento financeiro da casa e dos filhos, e os cuidados domésticos são, muitas vezes, exclusivamente responsabilidade das mulheres.

Além disso, é notório o destaque das expectativas sociais para uma mulher na fala da participante: se casar, procriar, educar os filhos e cuidar da casa. Ainda é encontrado atualmente a exaltação da mulher como corpo, esposa e cuidadora na mídia brasileira. É evidente a concordância entre a expectativa descrita pela participante e por um artigo recente da revista *Veja*¹, em que ressalta as características de “bela, recatada e do lar” da esposa de um político em destaque na atualidade brasileira e que ainda destaca que o político em questão, é um homem de sorte.

Cabe mencionar que um dos objetivos da pesquisa foi analisar a percepção dos/as participantes com relação as influências das representações midiáticas de feminilidade e masculinidade na vida pessoal e profissional. Não se pode dizer que as respostas das/o participante são consequências das influências midiáticas.

¹ <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/bela-recatada-e-do-lar>

Entretanto, o participante Pedro, que foi o que respondeu de maneira mais otimista com relação à equidade nas relações de gênero, disse que se inspirava em muitas figuras femininas feministas que estavam presentes na mídia e em muitas personagens de filmes e seriados que apresentavam características de liderança e resiliência. A participante Sara, apesar de concordar com a visão tradicional do patriarcado, disse se inspirar em Coco Chanel, que, segundo ela, é uma figura que fugiu do que era considerado normal na época dela por usar calça quando todas as mulheres usavam saia, por exemplo. A participante Bárbara disse que não se inspirava em nenhuma figura midiática.

2- A feminilidade e a masculinidade na mídia a partir da percepção dos/as participantes

Bárbara, Pedro e Sara concordaram que existe um padrão de representação de feminilidade e masculinidade na mídia. As descrições foram parecidas, de maneira geral. As participantes e o participante afirmaram que existe um padrão de beleza estipulado, principalmente, para as mulheres.

Bárbara disse que a mídia retrata os padrões que as pessoas gostam, e o padrão feminino é “cintura fina, peito grande, bunda grande e coxa”, e as pessoas buscam se enquadrar nesse padrão. Essas características representam o que os homens gostam, de acordo com ela. Quando foi perguntado sobre a existência de um padrão masculino, ela disse que não tem, pois as mulheres têm diferentes preferências. “Agora a mulher tem um.. Não sei como vou te falar o nome... Me fugiu agora. Tem uma preferência um pouco mais ampla. Assim, pode ser *alto*, moreno, baixo, mediano, forte, magro, estilo próprio”. A fala de Bárbara corrobora com as articulações feitas por Sabat (2001), que descreve a mídia como fonte de (re)afirmação de padrões e hábitos. A mídia opera como mecanismo de representação e de constituição de identidades culturais.

A partir da fala de Bárbara, pode ser feita uma conexão com a discussão desenvolvida por Loponte (2002) e Berger (1980) sobre a representação visual das mulheres com o intuito de satisfazer a visão masculina. Percebe-se também, a partir da fala da participante, que o mesmo não ocorre com a representação masculina. De acordo com Bárbara, como as mulheres têm preferências variadas, não existe então um padrão

masculino para o deleite visual feminino, pois a expectativa social do masculino é poder aquisitivo, e do feminino é a beleza.

Sob a perspectiva das análises realizadas por Berger (1980), sabe-se que, historicamente, desde as representações nas pinturas no século XIX na Europa, as mulheres eram representadas de forma a exaltação da aparência, ora passando a imagem de sensualidade, ora representando serenidade, harmonia e sensibilidade. A autora pontua ainda que as mulheres vigiam a si mesmas e são vigiadas, pois a “aparência perante os homens, é de importância decisiva para o que poderá ser geralmente considerado o seu êxito de vida” (Berger, 1980, p. 50). A aparência pode ser pensada de forma a englobar aspectos físicos associados à beleza, gestos, expressões e postura.

Pode-se considerar, ainda de acordo com as análises de Berger (1980), que não existem cobranças e critérios para a aparência física dos homens de forma tão criteriosa, porque o quesito de atração e de êxito social no mundo masculino é associado ao poder, ao temperamento agressivo ou impositivo, a segurança econômica e sexual.

Pedro definiu diferentes padrões especificando as propagandas de televisão. Em destaque aqui, a menção que fez a mulher que é padrão das propagandas de cervejas brasileiras e da indústria de alimentos: “de cerveja, de álcool em geral são todas bem bonitas, tem um olhar mais sensual, (...) A de alimento já não necessariamente tem o corpo bonito, (...), mas a maioria tem sim o corpo bonito”.

E ainda fez uma análise sobre a representação dessas mulheres: “na propaganda de casa é como se a mulher mandasse enquanto na propaganda de cerveja, de álcool, a mulher é submissa”. Pensando em igualdade, as mulheres têm direito de ocupação de quaisquer espaços, dependendo apenas da vontade delas mesmas. Trazendo as representações das propagandas para configurações da vida real, existem mulheres que são donas de casa, mulheres que ocupam ambientes externos, se vestem de formas que confrontam o esperado de “recatamento”, frequentam ambientes configurados inicialmente como locais de público masculino, como bares, etc., e mulheres que confrontam essas definições rígidas. Como discutido anteriormente, o que se espera de uma mulher “de respeito”, é que ela ocupe apenas a esfera domiciliar, que seja doce, cuidadosa e atenciosa. E essa, de acordo com o descrito pelo participante, é a que “manda”, que tem algum poder, e a que foge do padrão esperado considerado exemplar, na visão do participante, é a submissa, como se ela só fosse representada pelo próprio

corpo e estivesse em desvantagem social por não agir de acordo com o esperado pelo contexto.

Em contraponto com a interpretação do participante, a análise desenvolvida por Madureira (2010) sobre as representações de Eva e Maria na iconografia cristã, pode ser associada com as mulheres de propagandas de alimentos e propagandas de cervejas nacionais, sendo ambas colocadas à disposição do homem. A passividade no sentido de satisfação sexual e a submissão no sentido de cuidadora dos afazeres domésticos.

Quando a pergunta foi feita para Sara, o trecho que se destacou na resposta dela foi: “As mulheres sendo gostosas e burras. Só mostram mulher bonita e burra, e homem tipo inteligente. Quando não é bonito é aquele bem sucedido inteligente, que sempre acha uma mulher burra e linda”. A fala de Sara pode ser associada a discussão de Berger (1980) sobre a mulher representada como segundo plano. Os homens como ativos, os que protagonizam, e as mulheres como as que simplesmente aparecem, como acessórios, passivas, e ainda associada às relações de poder entre gêneros (Madureira & Branco, 2012 e Bourdieu, 2005).

3- Contradições e ambiguidades no discurso dos/as participantes sobre as questões de gênero

Durante as entrevistas, pôde-se perceber algumas contradições no discurso das participante e do participante. Por exemplo, quando foi perguntado para Bárbara e Sara se elas acreditavam na existência de funções fundamentalmente femininas e funções fundamentalmente masculinas, a princípio as duas disseram que não, e que mulheres e homens eram capazes de executar quaisquer tarefas. Entretanto, ambas falaram que existem atividades que homens executariam melhor que mulheres, assim como atividades que mulheres executariam melhor que os homens, utilizando o argumento baseado nas características biológicas de mulheres e homens.

Louro (1997) descontrói a ideia de que certas atividades podem ser melhor executadas por homens e que outras atividades podem ser melhor executadas por mulheres utilizando o argumento de construção social. Ou seja, as habilidades, as características e posições sociais de cada pessoa depende do contexto em que ela vive, das influências que tem e dos estímulos que recebe. Explica que a construção social limitou à mulher um papel de subordinação, onde mesmo quando ocupava ambientes

externos, ainda se reportava a homens, e conseqüentemente, isso gerou uma exclusão da mulher no campo da ciência, política e filosofia. Atualmente, se vê a presença crescente das mulheres nesses espaços, entretanto, ainda como segundo plano, como quando as mulheres ocuparam o espaço de trabalho (trabalhavam de forma independente, sem suporte e se reportavam aos homens).

Ainda sobre a execução de tarefas ser designada a mulheres ou homens, nota-se na fala da participante Bárbara a ideia de que características biológicas são limitantes: “Não que mulher não poderia fazer, mas que homens são mais capacitados pra fazer do que mulher (...) tem condição de pegar 50 sacos de cimento ali, mas pela força física eu acredito que o homem é mais capacitado pra fazer tal coisa” e logo depois disse: “Mas tudo que o homem tem capacidade pra fazer a mulher também é”, e depois: “Tipo, mulher limpa muito melhor que homem. Que é muito mais caprichosa nas coisas que faz, entendeu? Não que homem não seja, pra deixar claro. Mas a mulher é muito mais caprichosa, principalmente nessas coisas”. Fica evidente as ideias contraditórias da participante.

Para desconstruir que homens (cis) têm maior habilidade motora que mulheres (cis), basta consultar trabalhos de educadores físicos, como Ladewig (2000) e Salvini, Souza e Marchi (2012), que explicitam que, desde muito jovens, as atividades físicas passadas durante as aulas não são as mesmas para meninos e para meninas. Cabe ainda mencionar aqui as instituições de ensino que dividem as turmas entre turmas de meninos e de meninas nas aulas de educação física com a justificativa de que as meninas podem se machucar. Essa estrutura pode ser sustentadora da configuração de poder do masculino sobre o feminino, como explica Louro (1997), a escola historicamente naturaliza a delimitação do espaço, tanto de meninas e meninos, quanto de pessoas ricas e pobres, pessoas negras e pessoas brancas.

Ainda sobre a questão de funções fundamentalmente femininas ou masculinas, a participante Sara pareceu confusa ao expor as ideias dela, ressaltando primeiramente que é natural que existam funções masculinas e funções femininas: “Acho que é natural da gente. Tipo, mulher ser mãe (...) E o homem... Sendo o chefe da casa...” e, em seguida, disse: “Não tem mais isso de “mulher faz isso, mulher faz isso”.. Hoje em dia a mulher faz tudo! Conseguir fazer tudo e o homem também!”. A partir da fala dela e da mudança rápida de posicionamento, pode-se inferir que ela não havia antes refletido

sobre essas questões e que a pergunta a instigou a refletir, e isso ilustra o caráter de construção que se implica no espaço dialógico na pesquisa qualitativa (Madureira & Branco, 2001).

Com relação ao participante Pedro, o conteúdo do discurso ambíguo foi diferente. Está relacionado com as diferentes faces do preconceito, abordado no trabalho de Madureira & Branco (2012).

Durante toda a entrevista, o participante se mostrou aliado à luta pela igualdade de gênero. Falou do feminismo e do quanto algumas posições sociais o incomodavam. Entretanto, ao se referir a um amigo que xingou a professora, usou um termo pejorativo: “então hoje em dia eu tenho liberdade de dizer que ele é muito é veadinho de ficar xingando as mulheres”. Portanto, ao defender a professora, utilizou de um termo com intenção de ofensa que inferioriza os homossexuais, que são hostilizados por ferirem a noção de “macho verdadeiro”, superior à mulher. Essas afirmações, ao mesmo tempo que embatem a misoginia dos colegas do participante, corrobora com a heteronormatividade, que inferioriza e utiliza como forma de ofensa a orientação sexual (Junqueira, 2009).

Conclusão

Neste artigo foi apresentada uma investigação sobre a representação de feminilidade e masculinidade na mídia com a participação de três jovens do Distrito Federal. Foi possível, a partir do discurso das participantes e do participante analisar a percepção delas e dele com relação aos papéis sociais atribuídos pela mídia à figura feminina e à figura masculina.

Porém, não foi possível analisar claramente a percepção das participantes e do participante com relação às influências das representações midiáticas de feminilidade e masculinidade na vida pessoal e profissional delas e dele, pois não se pode afirmar que as opiniões expressadas por elas e ele advém de influências de modelos da mídia ou não.

Foi claramente possível associar as influências das representações de mulheres e homens nas artes visuais com os recursos visuais vinculados à mídia para a população. As participantes e o participante articularam a percepção individual delas e dele com os

conteúdos midiáticos aos quais têm acesso e com as imagens pré-selecionadas que foram mostradas.

Foi notável que um participante associou o sexismo em muitas das suas respostas e que se incomoda com as situações que presencia. As participantes percebiam a influência da mídia na intenção de moldar padrões de corpos femininos e afirmaram não perceber a influência midiática na molde de corpos masculinos.

Este trabalho pode auxiliar estudantes de psicologia e estudantes da área educacional a refletir sobre a temática aqui abordada, pois as discussões que foram feitas aqui podem possibilitar novas formas de pensar e dialogar, além de evidenciar a realidade brasileira no contexto atual e provocar emergência no que se trata de ações para enfrentar as consequências da dinâmica sexista, machista e homofóbica.

Outra pesquisa com perguntas formuladas de maneira diferente e um número maior de participantes aumentará a contribuição do debate. Seria também interessante para uma futura pesquisa, a formulação de materiais de pesquisa que possam investigar a fundo a questão da influência da mídia no comportamento das pessoas. Analisar sob a perspectiva do comportamento do/a consumidor/a a partir de modas que surgem com personagens de novela, por exemplo.

Referências Bibliográficas

- Almeida, L. F. & Kyrillos G. M. (2010). Mídia: uma ferramenta a favor ou contra a redefinição das características de gênero? *Revista Habitus*, 8 (2), 88-103.
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (1983). *O campo científico*. In: Ortiz, R. (Org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. P. 122-55 (Grandes Cientistas Sociais, 39).
- Bourdieu, P. (2005). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Biceglia, T. R. (2002). *A mulher e a evolução histórica de suas conquistas na legislação civil e constitucional brasileira*. (Trabalho de Conclusão de Curso). Faculdades integradas “Antônio Eufrásio de Toledo”.
- Catho (2015). As diferenças salariais entre homens e mulheres. Disponível em: http://www3.catho.com.br/salario/action/artigos/As_diferencas_salariais_entre_Homens_e_Mulheres.php.
- Costa, C. & Cols. (1986). *Macho Masculino Homem: A sexualidade, o machismo e a*

- crise de identidade do homem brasileiro*. Porto Alegre: L&PM.
- El-Hani, N. C. (1996). Diferenças entre homens e mulheres: biologia ou cultura? *Revista USP* (29), 149-160.
- Ferreira, M. C., Assmar, E. M. L. & Souto, S. O. (2002). O individualismo e o coletivismo como indicadores de culturas nacionais: convergências e divergências teórico-metodológicas. *Psicologia em estudo* 7(1), 81-89.
- Fundação Perseu Abramo, SESC (2010). Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado. Disponível em: http://www.apublica.org/wp-content/uploads/2013/03/www.fpa_.org_.br_sites_default_files_pesquisaintegra.pdf.
- González, F. R. (2003). *Sujeito e Subjetividade: uma aproximação histórico-cultural*. São Paulo: Thomson.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2014). Estupro no Brasil: uma radiografia segundo os dados da saúde (versão preliminar). Disponível em: <http://br.okfn.org/files/2015/10/Estupro-no-Brasil-IPEA-2014.pdf>.
- Instituto Sangari (2012). Mapa da violência – os novos padrões da violência homicida no Brasil. Disponível em: http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2012/mapa2012_web.pdf.
- Jablonski, B. (2010). A divisão das tarefas domésticas entre homens e mulheres no cotidiano do casamento. *Psicol. cienc. prof.*, (30) 2, 262-275.
- Kyrillos, G. M. & Almeida, L. F. (2010). Mídia: uma ferramenta a favor ou contra a redefinição das características de gênero? *Habitus*, 8 (2).
- Ladewig, I. (2000). A importância da atenção na aprendizagem de habilidades motoras. *Rev. Paul. Educ. Fís.*, 20 (3), 62-71.
- 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. (1997). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. 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 da SBP*, 9 (1), 63-75.
- 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. de S. (2007). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: Hucitec.
- Moore, H. L. (2000). Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. *Cadernos pagu* (14), 13-44.
- Moreira, M. G. (2012, junho). Ética e sexismo aplicada na Publicidade e Propaganda. Em XXXIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação, Recife, PE. *Intercom – Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação*.
- Nações Unidas no Brasil (2015). Cargos de chefia. Disponível em: <http://nacoesunidas.org/apenas-5-dos-cargos-de-chefia-sao-ocupados-por-mulheres-afirma-novo-relatorio-da-oit/>.
- Oliveira, P. P. (1998). Discursos sobre a masculinidade. *Estudos Feministas*, 6(1), 91-111.
- Parker, R. (1991). *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Editora Best Seller.
- Sabat, R. (2001). Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Estudos Feministas*, 9 (1), 9-21.
- Salvini, L., Souza, J., & Marchi Junior, W. (2012). A violência simbólica e a dominação masculina no campo esportivo: algumas notas e digressões teóricas. *Rev. Bras. Educ. Fís. Esporte*, 26 (3), 401-10.
- Secretaria de Estado da Educação do Paraná (2009). Sexualidade. Disponível em: http://www.pibid.ufpr.br/pibid_new/uploads/edfisica2011/arquivo/238/caderno_ngds.pdf
- Torrecilha, J. C. (2014). *A mídia e as mensagens de gênero: uma perspectiva da mulher na sociedade de consumo*. (Dissertação de Mestrado não publicada).

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS.

Xavier, C. (2011). Era uma vez uma princesa e um príncipe...: representações de gênero nas narrativas de crianças. *Estudos Feministas*, 19 (2), 591-603.

Valsiner, J. (2012). Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida. Tradução de Ana Cecília de Sousa Bastos. Porto Alegre: Artmed. [Capítulo 1 – Aproximações à cultura: bases semióticas da psicologia cultural - pp. 21-66].