



FACES – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde
Curso de Psicologia
Disciplina: Produção de Artigo
Professora: Ana Flávia do Amaral Madureira

Gênero, Mídia e Corporeidade: Diálogos entre a Psicologia e as Artes Visuais

Lara Porfírio Rabelo – 21603650

Brasília
Junho de 2019

Resumo

O presente estudo teve como objetivo central analisar, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais, como a feminilidade, a masculinidade e a corporeidade têm sido representadas, na perspectiva de jovens adultos, e qual o impacto da mídia na construção dessas representações. Este estudo utilizou o método qualitativo baseado na epistemologia qualitativa proposta por González Rey (1999, citado por Madureira & Branco, 2001). Foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas com três estudantes universitários de classe média, duas mulheres e um homem, entre 19 e 22 anos de idade. As entrevistas foram divididas em 2 momentos. O primeiro foi orientado por perguntas abertas sobre a temática e o segundo momento contou com uso de 5 imagens que guiaram outras perguntas, explicitando a articulação desse estudo com o campo das artes visuais. Os resultados evidenciaram o papel significativo de diversas instituições sociais, como a família, a escola e, principalmente, as mídias sociais, na construção das representações sociais de gênero, explicitando o sofrimento psíquico significativo atrelado aos padrões estéticos hegemônicos, que acabam afetando, principalmente, as mulheres por serem incentivadas, desde a mais tenra idade, a transformar-se em objeto visual para os homens. Outro desdobramento dessas representações sociais de gênero diz respeito às violências físicas e simbólicas contra as mulheres, muitas vezes, naturalizadas no cotidiano por meio de práticas e discursos misóginos.

Palavras-chave: Feminilidade, masculinidade, padrões estéticos hegemônicos e mídias sociais.

Em janeiro de 2017, Renata Rodrigues Aureliano teve o corpo queimado pelo ex-companheiro que não aceitava a separação¹. Clésia Andrade, em janeiro de 2018, foi morta com um tiro pelo ex-namorado, uma semana depois de entrar na justiça com uma medida protetiva contra ele². Em julho de 2018, vídeos de segurança registraram a advogada Tatiane Spitzner apanhando e sendo sufocada pelo marido na garagem e no elevador, até ser jogada pouco tempo depois da sacada de sua própria casa³. Renata, Tatiane e Clésia são apenas 3 das diversas mulheres vítimas de feminicídio no Brasil. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), a taxa de feminicídio no Brasil é a quinta maior do mundo, sendo que o número de mulheres assassinadas chega à 4,8 para cada 100 mil.

Além da questão do feminicídio, o Instituto Datafolha mostra dados preocupantes a respeito de outros crimes praticados contra as mulheres no Brasil: mais de 500 mulheres são vítimas de agressão física a cada hora; 85% das mulheres temem ser estupradas; 42% das

¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2017/01/morre-mulher-incendiada-por-ex-apos-discussao-no-reveillon-em-mg.html>

² Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/03/08/interna-brasil.664647/correo-relembra-historia-da-jovem-que-foi-morta-em-casa-por-ex-namora.shtml>

³ Disponível em: <https://noticias.r7.com/cidades/iml-diz-que-a-advogada-tatiane-spitzner-morreu-por-asfixia-20092018?amp>

mulheres relatam terem sido vítimas de assédio sexual; pelo menos 33,3% da população brasileira acredita que, em casos de crime de estupro, a culpa é da mulher. É absurdo o número de feminicídios, violência doméstica, violência sexual contra mulheres no Brasil.

Nesse sentido, Segato (2006) afirma que o feminicídio se configura como um ato extremo de misoginia, que é sustentado e precedido por crimes como violência sexual, física e verbal. Segato (2006) destaca que, por meio desses crimes, o homem procura exhibir sua força e agressividade, além de assegurar a capacidade de punir a mulher, caso esta não se submeta as suas vontades, controlando seu corpo, comportamentos e emoções. Todas essas atrocidades praticadas por homens, sendo, muitas vezes, os próprios parceiros, ou até mesmo os próprios pais, são resultado de uma cultura misógina que enxerga mulheres como submissas e inferiores ao homem.

Essa cultura machista não está presente apenas nos crimes supracitados, ela está inserida nas mais diversas práticas e discursos cotidianos que canalizam, inclusive, o olhar da própria mulher frente às suas formas de ser e estar no mundo. “Senta que nem moça!”, “Seu namorado/marido deixa você sair sozinha?”, “Você vai sair com essa roupa? Depois, não reclama!”. Frases como essas reforçam a naturalização de práticas opressoras que orientam desde a mais tenra idade o comportamento e o pensamento das mulheres, explicitando, desse modo, diferentes formas de violência simbólica contra as mulheres (Bourdieu, 2005).

Nesse sentido, é possível ver as mídias enquanto outra forma de veiculação constante desses discursos. Um dos exemplos mais significativo dessa violência simbólica na mídia diz respeito a propagandas como as de cerveja que reforçam a representação social da mulher enquanto um objeto sexual, reforçando a ideia de submissão perante o homem (Cruz, 2008). Além disso, Ribeiro (2006) destaca o fato de as representações midiáticas da feminilidade estarem atreladas ao dever de se cuidar e, conseqüentemente, ser bela. Diante disso, as questões seriam: que beleza seria essa e qual seria o objetivo de alcançar essa beleza?

As respostas para essas questões encontram-se, de certa forma, no trecho a seguir que foi retirado de uma fala de uma das organizadoras da Rede Mulher e Mídia, Terezinha Vicente, presente no documentário “A Mídia Brasileira e a Mulher”⁴:

E a mulher, o que ela vê na TV? (...) É a loira, alta, de cabelo liso, bonita, esguia. E não combina em nada com a maioria da população brasileira. Além dos outros

⁴ Disponível em: <https://youtu.be/mqMBr2qrw7c>

problemas que a gente vai analisar que é a erotização precoce das crianças, a violência banalizada na nossa televisão, a sexualidade banalizada. Também, do corpo da mulher mercantilizado.

A partir disso, é possível perceber a influência da mídia na constituição da subjetividade feminina, fazendo com que a mulher transforme a si própria em objeto visual para o homem (Berger, 1980), naturalizando ainda mais as práticas e discursos misóginos. Novaes (2011) destaca que a constante busca por adequação dos corpos femininos aos padrões estéticos hegemônicos configura-se enquanto um forte agenciador de subjetividades, vinculada, muitas vezes, a diversas formas de sofrimento psíquico na atualidade. Diante de tanto sofrimento gerado por essas representações sociais do feminino, percebe-se a importância de estudos que investiguem como se dá, atualmente, a construção dos processos identitários vinculados às noções de gênero na sociedade brasileira, possibilitando tanto a conscientização a respeito da temática quanto a desnaturalização e modificação dessas práticas e discursos.

Nesse sentido, o problema de pesquisa que norteou esse trabalho foi: quais são os impactos das representações sociais de gênero veiculadas pela mídia na construção da subjetividade de homens e mulheres? A partir do problema de pesquisa delimitado, serão também exploradas algumas articulações entre os campos da Psicologia e das Artes Visuais, tendo em vista que as imagens enquanto representações visuais são perpassadas por diversos aspectos subjetivos, sociais, culturais e estéticos (Santaella, 2012). É importante destacar que esse estudo pretende, não apenas aprofundar os conhecimentos científicos relacionados a essa temática, mas também servir de base para a elaboração de estratégias voltadas à transformação social.

Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa consiste em:

- Analisar como a feminilidade, a masculinidade e a corporeidade têm sido representadas na mídia na perspectiva de jovens adultos de classe média, mulheres e homens, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais.

Já os objetivos específicos consistem em:

- Explorar as formas como a masculinidade e a feminilidade são compreendidas no senso comum;
- Analisar os processos identitários que permeiam as relações entre homens e mulheres, a partir da perspectiva dos/as participantes;

- Investigar as possíveis influências dos padrões estéticos hegemônicos veiculados pela mídia em jovens adultos.

Identidades sociais e fronteiras simbólicas

Tendo em vista que as representações sociais de gênero perpassam os processos de construção das identidades sociais e, conseqüentemente, as relações de poder que existem socialmente entre homens e mulheres, as seguintes discussões teóricas acerca dos processos identitários tornam-se imprescindíveis. Assim como destacam Moreira e Câmara (2008), reflexões sobre a temática da identidade são fundamentais para a compreensão da interação entre a experiências subjetivas do mundo e o contexto sociocultural no qual essas identidades estão inseridas.

Segundo Galinkin e Zauli (2011), os processos identitários dependem do reconhecimento das semelhanças e das diferenças entre indivíduos e grupos sociais. Woodward (2000) ressalta que a construção das identidades envolve tanto aspectos simbólicos quanto sociais, estando estreitamente associadas às relações de poder. Desse modo, é importante destacar que a identidade pode ser compreendida como fixa ou como mutável e pressupõe sistemas classificatórios que definem quem pertence e quem não pertence a certo grupo identitário. Nesse sentido, a autora destaca que a marcação simbólica da diferença é necessária para a construção da subjetividade, o problema é quando a diferença se torna fixa, ou seja, quando os significados que definem as diferenças não são reconhecidos como algo social e culturalmente construído, mas sim vistos como essências, como algo imutável.

Woodward (2000) enfatiza que essa visão fixa da identidade está vinculada a uma supervalorização do “eu” ou do “nós” em detrimento do “outro”, estimulando a manutenção de desigualdades sociais. Em consonância com as ideias de Woodward (2000), Madureira e Branco (2012b, citadas por Madureira & Branco, 2015) destacam a existência de fronteiras simbólicas semipermeáveis que funcionam como uma forma de delimitação cultural das diferenças entre indivíduos e grupos sociais. Essas fronteiras desempenham um papel fundamental na construção das identidades sociais, porém quando se tornam rígidas e impermeáveis, configuram-se enquanto problema, sustentando discursos e práticas discriminatórias contra determinados grupos e indivíduos.

Como exemplo de fronteira simbólica rígida, Louro (1998) expõe o argumento da diferenciação biológica entre homens e mulheres usada como justificativa para as desigualdades sociais existentes. Nesse sentido, a ideia de que ambos devem exercer um papel

complementar e correspondente às suas características biológicas acaba assumindo um caráter de argumento final imutável. Desse modo, reforçam-se práticas e discursos sustentados por estereótipos de gênero nos quais o homem seria visto enquanto um ser ativo, forte e racional, enquanto a mulher seria vista como passiva, frágil e emotiva, cuja tutela seria destinada, ao longo de toda a sua vida, a homens como o pai, o marido, o irmão ou o filho (Bourdieu, 2005; Almeida, 2014).

A partir disso, Scott (1995) evidencia que o surgimento recente do termo “gênero” enquanto categoria analítica possibilitou a construção de novas compreensões acerca das noções de feminilidade, masculinidade e corporeidade, rompendo com o determinismo biológico que sustenta representações sociais de gênero, supostamente, estáticas, imutáveis e a-históricas. Diante disso, Louro (1998) também aponta a importância da desconstrução desse discurso por meio do reconhecimento de que não são as características sexuais, mas sim a maneira como elas são representadas culturalmente que definem a forma como os indivíduos compreendem a feminilidade e a masculinidade dentro de um determinado contexto histórico e social.

Feminilidade, corporeidade e mídias sociais

Madureira (2007, 2010a, 2010b, 2012, citada por Madureira 2016) entende que o sentimento de pertencer a certo gênero é orientado por crenças, valores, práticas, estereótipos e preconceitos que reverberam na construção de fronteiras rígidas ou flexíveis entre as noções de feminilidade e de masculinidade. Sendo assim, esses símbolos culturais evidenciam representações sociais de gênero que são veiculadas por instituições como a mídia, a família, a escola, entre outras. Nesse caso, é importante destacar que essas representações sociais são perpassadas por relações de poder que, na maioria das vezes, associam a imagem da mulher a um ser “inferior” e “submisso” ao homem (Cruz, 2008).

A mídia é um exemplo marcante de instrumento de veiculação dessas representações sociais. Felipe (2007) afirma que os conteúdos midiáticos podem ser compreendidos em seu caráter educativo, tendo em vista a produção de conhecimentos a respeito da vida e do mundo, influenciando na forma como se deve ser ou comportar perante o outro e o mundo. Nesse sentido, Sabat (2001) aponta que a publicidade se configura como um mecanismo de disseminação de representações sociais de gênero, influenciando significativamente na construção de identidades sociais. Sendo assim, torna-se possível compreender que a produção midiática atua como uma forma de “pedagogia cultural” de gênero por produzir valores, regular condutas e disseminar modos de ser homem ou mulher (Sabat, 2001).

Segundo Cruz (2008), a exposição do corpo da mulher nas propagandas de TV, por exemplo, adquire uma série de significados e valores, vinculadas a práticas e concepções hegemônicas de beleza. Frequentemente, conteúdos midiáticos exploram a imagem de uma mulher sexualmente desejável, que representa tanto “aquilo que todos os homens devem aspirar e possuir” quanto aquilo que as mulheres “devem ser ou se tornar” para serem valorizadas socialmente (p. 4).

Cruz (2008) destaca que para se compreender a dominação masculina, faz-se necessária a análise das estruturas que perpassam os corpos dos sujeitos dominados. Sendo assim, certos gestos, posturas e disposições corporais configuram-se enquanto marcas da sua submissão. Nesse sentido, os corpos deixam de corresponder a um aspecto meramente físico para assumir determinados significados culturais. Assim como afirmam Adelman e Ruggi (2007), “(...) os corpos são tanto matéria de regulação como são matéria para emancipação; de classificação e hierarquização assim como de subversão, de exclusão social, identificação grupal e afirmação pessoal” (p. 41).

Novaes (2011) também destaca que “o corpo ultrapassa os limites do biológico” e configura-se enquanto objeto de regulação social, podendo ser visto, muitas vezes, enquanto um inimigo que deve ser constantemente domado e moldado para se adequar aos padrões da sociedade imagética e consumista na qual estamos inseridos/as (Novaes, 2011, p. 478). Diante disso, é necessário destacar que essa exigência em relação a adequação da aparência corporal aos padrões estéticos hegemônicos é nitidamente maior em relação às mulheres, sendo a beleza vista, muitas vezes, como um imperativo para a mulher (Melo & Oliveira, 2011).

Nesse sentido, Sant’ Anna (1995, citada por Ribeiro, 2006) evidencia a articulação entre a beleza e a feminilidade veiculada pela mídia. Os produtos de beleza, as cirurgias plásticas, os regimes alimentares e os meios de produzir embelezamento, divulgados constantemente pela mídia, associam-se ao discurso de que a não preocupação com a beleza diz respeito a uma negligência por parte da mulher. Diante disso, Kalb (2017) enfatiza que os padrões estéticos hegemônicos divulgados constantemente pela mídia contribuem significativamente com o aumento dos processos de sofrimento psíquico, gerando uma insatisfação constante com o próprio corpo, principalmente por parte das mulheres.

Segundo Melo e Oliveira (2011), o corpo é visto como objeto que deve ser moldado para que a mulher encontre a felicidade por meio do sucesso amoroso e profissional (casamento e trabalho). Nesse sentido, a mídia vende a imagem de um corpo magro, jovem e belo como se isso fosse a chave para se alcançar esse sucesso. Assim como aponta Le Breton (2016), a mulher é vista como corpo, e acaba valendo “o que vale seu corpo no comércio da

sedução” (p. 76), diferentemente do homem, cujo valor é definido pelo simples fato de ser homem.

Segundo Melo e Oliveira (2011), o culto ao corpo e à juventude exige, principalmente das mulheres, uma busca constante por adaptação e por autovigilância. Nesse sentido, Berger (1980) argumenta que a mulher é estimulada, desde a infância, a “ver o que faz”, atuando constantemente como “vigilante” e “vigiada”. Sua aparência perante o homem, conseqüentemente, configura-se como ponto de significativa relevância para que a mulher, do ponto de vista social, alcance êxito na vida. Diante disso, é possível perceber a influência da mídia nos processos de construção da subjetividade feminina, no sentido de fazer com que a mulher “transforme-se a si própria em objeto visual para o homem” (Berger, 1980, p. 50), contribuindo ainda mais com a naturalização de práticas e discursos misóginos.

Masculinidade hegemônica e violência contra a mulher

É importante ressaltar não apenas as formas de controle da feminilidade, mas também o impacto da cultura do machismo na própria masculinidade. O que significa ser homem na nossa sociedade? Não chorar, não expressar emoções, ser agressivo e violento, afirmar constantemente sua masculinidade por meio da erotização do corpo da mulher. Ou seja, a masculinidade hegemônica envolve a exclusão de tudo aquilo que seria visto culturalmente como algo feminino (Rago, 2004). Assim como destaca Bourdieu (2005), qualquer prática vinculada a feminilidade é associada a algo que não deve ser desempenhado por homens.

Um exemplo significativo disso diz respeito ao cuidado com a saúde, que, por estar de certa forma atrelado socialmente a uma ideia de fragilidade e, conseqüentemente, de feminilidade, acaba sendo negligenciado por grande parte dos homens no Brasil (Costa, 2003). Assim como destaca Parker (1991), o homem, ao tentar diferenciar-se ao máximo da mulher, assume uma postura de constante afirmação de sua força, virilidade e superioridade.

Diante dessas questões, as representações sociais da mulher como um sexo frágil, belo, desejável e sujeito à dominação masculina são cada vez mais reforçados. Segundo Almeida (2014), a violência contra a mulher configura-se enquanto dispositivo de poder masculino, atuando como mecanismo de controle para reprimir as transgressões, por parte das mulheres, aos tradicionais regimes de gênero. Segato (2006) afirma também que essa violência evidencia a busca do homem pela afirmação de sua capacidade punitiva perante a mulher.

A partir disso, Oliveira (1998) enfatiza um discurso vitimário também por parte dos homens que vivenciam sentimentos de solidão, angústia, tensão e insegurança, diante de uma

necessidade constante de se adequar a essa masculinidade hegemônica. Oliveira (1998) também destaca que a violência e a agressividade podem se tornar comum para alguns homens, explicitando-se enquanto expressões da fragilidade e da insegurança masculina diante das exigências sociais.

Nesse sentido, a masculinidade hegemônica tem um impacto decisivo na manutenção de práticas e discursos misóginos, que iniciam-se com violências simbólicas de gênero, como o exemplo da hipersexualização do corpo da mulher nos comerciais de cerveja, e resultam no assassinato de mulheres por elas simplesmente não quererem permanecer em um relacionamento (Cruz, 2008). Diante disso, percebe-se o impacto que os estereótipos têm nas relações entre homens e mulheres, podendo se constituir enquanto fronteiras simbólicas rígidas, explicitadas por meio de práticas e discursos misóginos, ou flexíveis, como uma forma cultural de reconhecimento das diferenças (Madureira & Branco, 2015).

Método

Este estudo utilizou o método qualitativo baseado na epistemologia qualitativa proposta por González Rey (1999, citado por Madureira & Branco, 2001), cujos pressupostos são o caráter construtivo-interpretativo do conhecimento, o caráter interativo vinculado ao processo de construção do conhecimento e a singularidade como nível legítimo e relevante de produção de conhecimento. A adoção desses pressupostos sustenta uma ruptura com os mitos da neutralidade e objetividade científicas, fazendo com que a subjetividade na pesquisa qualitativa deixe de ser vista como fonte de erro e adquira um papel central na construção do conhecimento.

Outra questão abordada por Madureira e Branco (2001) diz respeito à ruptura com uma visão instrumentalista do método. Nesse sentido, “os instrumentos deixam de ser vistos como um fim em si mesmos (instrumentalismo positivista) para se tornarem uma ferramenta interativa entre investigador e sujeito investigado” (p. 71). A partir disso, é possível identificar não apenas a função comunicativa da linguagem, mas também sua função construtiva, que assume papel fundamental na pesquisa qualitativa (González Rey, 1999, citado por Madureira & Branco, 2001)

A partir disso, é possível compreender que a realidade social, investigada na pesquisa qualitativa, envolve uma diversidade e uma complexidade muito grande de significados que compõem a vida individual e coletiva, fazendo com que seja completamente ilusória a visão positivista de cientificidade. Desse modo, trata-se aqui de uma realidade na qual tanto o

sujeito investigado quanto investigador possuem um papel ativo na construção do conhecimento (Minayo, 2007).

Participantes

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com três jovens, duas mulheres e um homem, entre 19 e 22 anos. É importante enfatizar que todos os/as participantes são estudantes universitários, maiores de idade e que não fazem parte de populações vulneráveis.

Com o intuito de preservar o sigilo referente às identidades pessoais do/as participante/s dessa pesquisa, ele/as foi/foram identificado/as da seguinte maneira:

- P1 – Gênero: Masculino; Idade: 20 anos; Orientação Sexual: Heterossexual; Escolaridade: Superior Incompleto- Curso de Física;
- P2 - Gênero: Feminino; Idade: 22 anos; Orientação Sexual: Heterossexual; Escolaridade: Superior Incompleto- Curso de Psicologia;
- P3 - Gênero: Feminino; Idade: 19 anos; Orientação Sexual: Heterossexual; Escolaridade: Superior Incompleto- Curso de Direito.

Materiais e instrumentos

Os materiais utilizados consistiram em: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que foi impresso em duas vias para cada entrevista, uma caneta esferográfica azul ou preta para a assinatura do TCLE, um celular, que foi utilizado como gravador, e um computador para a exposição das imagens utilizadas na entrevista. Já o instrumento consistiu em uma entrevista cujo roteiro foi composto por perguntas e imagens selecionadas. A entrevista foi dividida em dois momentos. O primeiro foi orientado por 15 perguntas abertas sobre a temática e o segundo momento contou com o uso de 5 imagens que guiaram outras 10 perguntas.

Procedimentos de construção de informações

Inicialmente, faz-se necessário destacar que a pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília (CEP: 70790-075). O contato com o/as participante/s foi estabelecido por meio das redes sociais, sendo combinado o horário e o local convenientes para cada participante. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido foi entregue antes da realização da entrevista, assegurando o cumprimento de todos os aspectos éticos referentes à pesquisa, como, por exemplo, a garantia de sigilo em relação à identidade pessoal dos/as participante/s, o consentimento em relação à gravação das entrevistas e a liberdade para interromper a participação em qualquer momento.

Após a leitura e a assinatura do TCLE em duas vias, iniciava-se a entrevista com a pesquisadora enfatizando que não existiriam respostas consideradas certas ou erradas. O

roteiro de perguntas permanecia com a pesquisadora e as imagens só eram apresentadas para o/as participante/s após a finalização das 15 primeiras perguntas. É importante esclarecer que o roteiro serviu como um norteador que não impediu o diálogo entre pesquisadora e participante, possibilitando que novas perguntas fossem levantadas com base nas respostas do/as participante/s.

Procedimentos de análise

As pesquisas foram áudio-gravadas com o consentimento do/as participante/s com o intuito de viabilizar a transcrição para posterior análise. A partir do registro produzido, foi utilizada a análise de conteúdo temática, destacada por Gomes (2007), que compreende o tema enquanto unidade de significação que compõe os núcleos de sentido presentes na comunicação.

Seguindo a trajetória descrita por Gomes (2007), após a transcrição dos áudios gravados durante as entrevistas, foram elaboradas três categorias analítico-temáticas a partir dos temas mais relevantes manifestos nas falas do/as participante/s: 1) As relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira; 2) Feminilidade, masculinidade e corporeidade na mídia: o “olhar” do/as participante/s; e 3) Padrões estéticos hegemônicos, aparência corporal e sofrimento psíquico.

Resultados e Discussão

Serão apresentados e discutidos, a seguir, os resultados mais significativos da pesquisa, tendo como base as categorias analítico-temáticas descritas anteriormente.

As relações entre homens e mulheres na sociedade brasileira

P3: No trânsito, por exemplo, eu vejo sei lá... um Audi muito top, o mais caro assim... ou, às vezes, Ferrari, mas sei lá... um carro bem top. E eu fico pensando “Nossa, o cara deve ser... eu fico imaginando o cara, né?! Só que às vezes é uma mulher e eu fico “Nossa, mas será que é ela mesmo que comprou ou será que é o marido que sustenta?”. É uma coisa muito feia, mas eu acho que, muitas vezes, a gente tem isso de (...) esperar mais do homem, esperar que ele vai ter o cargo, ele vai ter o dinheiro, vai sustentar a casa, vai ser o chefe da família, ele que vai tomar as decisões... Sendo que, às vezes, na verdade, muitas vezes, é a mulher! E não tem uma coisa, assim, fixada (...) E a gente tem muito isso de, é... um preconceito interno (...) pra tudo!

Pode-se perceber na fala da participante 3 como as noções de masculinidade e feminilidade se fazem presentes nas situações mais corriqueiras do dia-a-dia, muitas vezes,

suscitando um certo “*preconceito interno*”, inclusive, por parte das próprias mulheres, que é estimulado desde a infância nos diferentes contextos sociais. Segundo Carvalho (2016), entende-se a socialização enquanto processo ativo de internalização cultural que sustenta a construção de identidades sociais, dentre elas a identidades de gênero. Deste modo, as representações sociais do “ser homem” e do “ser mulher” são perpassados por diversos valores e normas sociais, muitas vezes vinculadas a práticas e discursos sexistas, como podemos ver na fala da participante 3, explicitando o sexismo internalizado.

Nesse sentido, Bourdieu (2005) afirma que as representações sociais de gênero atuam, desde a mais idade, como ações pedagógicas, delimitando desde a postura corporal “correta” até as rotinas de divisão do trabalho. Nesse sentido, os rituais privados e coletivos são perpassados pelas construções sociais de gênero, que são veiculadas constantemente pela mídia, e operam uma série de diferenciações simbólicas que, conseqüentemente, delimitam os modos de ser e pensar. Sendo assim, a sociedade acaba proibindo ou desencorajando práticas que não sejam “condizentes com o seu sexo”, sobretudo no que diz respeito à relação com o “sexo oposto” (Bourdieu, 2005).

Ainda em relação a esse trecho da fala da participante 2, percebe-se também que, apesar de ser esperado que o homem seja o provedor financeiro e a figura de maior autoridade na família e nos ambientes de trabalho, atualmente, vemos, na prática, muitas situações que se contrapõem a esse pensamento. Aos poucos, como relatado por todos os participantes, a mulher vai assumindo funções, anteriormente, consideradas masculinas no que diz respeito a entrar no mercado de trabalho e prover o dinheiro para a família. No entanto, é necessário ressaltar que isso diz respeito apenas às mulheres brancas de classe média. Segundo Bento (1995), a manutenção material da família tornou-se responsabilidade da mulher negra desde o período pós-abolicionista.

Apesar disso, é importante destacar que apesar de a mulher estar desempenhando esses papéis considerados socialmente como responsabilidade do homem, as cobranças em relação a casar-se, ter filhos, cuidar da família, ainda são direcionadas exclusivamente às mulheres, como nos mostra o trecho a seguir:

P2: “Tem sempre aquela história do homem forte provedor e da mulher que deve cuidar e ficar em casa. Mas, eu acho que a sociedade não recebe mais tão bem a ideia de mulher que fica em casa também! (...) A mulher, a partir de certa idade, as pessoas começam a perguntar de casamento, de filhos e de família. E em relação ao homem não. Mas, de ambos é cobrada a questão da, do trabalho.”

Em relação a isso, é importante explicitar que todos/as os/as participantes, em algum momento da entrevista, destacaram que os homens se encontram em uma situação de privilégio em relação às mulheres na sociedade ou que as dificuldades vivenciadas pelas mulheres são maiores que as dos homens, sendo que dentre elas estariam a questão do machismo, do assédio sexual, inclusive nos ambientes de trabalho, dos relacionamentos abusivos, estupro, por parte, muitas vezes, dos próprios familiares. Sendo assim, é possível observar que essas dificuldades relatadas estavam quase todas atreladas a uma postura agressiva do homem perante a mulher e a uma submissão da mulher perante o homem.

Sendo assim, Segato (2006) explicita essa violência enquanto formas de controle do corpo da mulher e exibição da força do homem, que busca afirmar sua capacidade punitiva perante a mulher. Nesse sentido, a violência atua como dispositivo de poder masculino, contendo quaisquer transgressões, por parte das mulheres, ao regime de gênero tradicional, no qual o corpo da mulher é visto como território sob custódia dos homens (Almeida, 2014). Segundo Fonseca et al (2018), diferentes formas de violência ocorrem em vários âmbitos da vida, manifestando-se de diversas formas, por exemplo, nos contextos familiar e de trabalho, assim como destacado pelas/pelo participante/s. Outro trecho marcante relacionado a essa discussão foi:

P3:Eu acho que muitas vezes as pessoas pensam que a mulher é inferior (...). Não têm muita moral. As pessoas não levam a sério. E tratam como se pudesse fazer qualquer coisa, que ela não tem como revidar, não tem como falar.(...) Então, eu acho que tem muito isso ainda de (...) De ser frágil, de, é, ser inferior, submissa, claro que as pessoas tão mudando (...) mas ainda tem essa ideia de que a mulher tem que aceitar.

A partir disso, é válido resgatar o que Bourdieu (2005) explora a respeito da dominação masculina. Para ele, enquanto a feminilidade seria definida enquanto a “arte de se fazer pequena” (p.39), a masculinidade seria justamente o oposto. Diante disso, surge a ideia de que homens e mulheres devem exercer um papel correspondente às suas características biológicas, sendo o homem visto enquanto um ser ativo, forte e racional, enquanto a mulher seria vista como passiva, frágil e emotiva, cuja tutela seria destinada, ao longo de toda a sua vida, a homens como o pai, o marido, o irmão ou o filho (Bourdieu, 2005; Almeida, 2014).

Essa divisão das coisas e das atividades construída partir da oposição entre o masculino e o feminino resulta, muitas vezes, em uma postura de dominação por parte do homem e de submissão por parte da mulher (Bourdieu, 2005). Sendo assim, percebe-se tanto a violência física quanto a simbólica como produto dessas representações sociais de gênero, que

mantém as mulheres em uma posição social de inferioridade e submissão em relação aos homens (Cruz, 2008).

Feminilidade, masculinidade e corporeidade na mídia: o “olhar” do/as participante/s

Inicialmente, um aspecto importante que gostaria de destacar diz respeito à pergunta: Você se sente satisfeito(a) com seu corpo, ou não? Por quê? (Se não, o que você mudaria no seu corpo?). Nas três entrevistas, o/as participante/s relataram que estavam satisfeitos/as com o próprio corpo, entretanto todos descreveram aspectos que gostariam de mudar em seu corpo. Esse aspecto pode ser claramente ilustrado na fala do participante 1: *“Satisfeito com o meu corpo... Eu sou satisfeito com o meu corpo! Ah... Claro que tem detalhes que a gente, muitas vezes, poderia pensar em mudar... Se eu fosse mais alto, se eu fosse...”*

Ainda em relação a essa pergunta, uma questão interessante foi a diferença em relação aos aspectos que cada pessoa gostaria de mudar em seu corpo. O participante 1, como visto anteriormente, falou apenas a respeito de sua altura. Já a participante 2 falou que não gostaria de ter manchas no corpo, ter a pele pigmentada e, disse que talvez considerasse uma cirurgia de redução de bochecha. Por fim, a participante 3 relatou que gostaria de colocar silicone nos seios, ter as pernas mais finas e ser loira de olhos azuis. Nesse sentido, percebe-se que os pontos relatados pelas participantes 2 e 3 são congruentes, de maneira geral, com suas respostas a pergunta: “Na sua opinião, qual seria a imagem do corpo ideal divulgado pela mídia para homens e para mulheres?”. Como é explicitado no trecho da entrevista com a participante 2:

P2: A mulher maravilha antiga, a primeira mulher maravilha que é até hoje símbolo de beleza para todos os homens da face da Terra, porque de fato! (...)

Pesquisadora: Mas, você, tipo, pode descrever as características que você...

P2: Sim. A cintura, a dela é extremamente fina, extremamente, eu acho que ela tirou umas costelas ali... meu Deus! Ela tem um quadril bem grande, um bumbum bem proeminente e seios grandes pra caramba. (...) E ela tem a pele clarinha, sem nenhuma mancha, olhos azuis, cabelo preto, é... os traços do rosto dela são bem delicados, bem fininhos... Ela é bonita!

Já a participante 3 responde: *“Para mulheres, aquilo que eu falei, bem magrinha, quase esquelética e cabelo grande, loira do olho azul, pele branca. É, tudo assim arrumadinho, silicone, tudo bem feminino”*. Ao perceber essa relação entre as respostas às duas perguntas, fica evidente o grande impacto os padrões estéticos hegemônicos divulgados

pela mídia na construção da subjetividade do/das participante/s. Reforçando, desse modo, o que Sabat (2001) afirma acerca da publicidade se configurar enquanto meio de divulgação de representações sociais de gênero, intervindo significativamente nos processos identitários.

Mais do que seduzir as pessoas para comprarem certo produto, a publicidade transforma-se em uma forma de pedagogia cultural de gênero, regulando modos de ser e aparecer, condutas e aspirações (Sabat, 2001). Segundo Melo e Oliveira (2011), a publicidade desempenha um papel significativo na criação de padrões de beleza e de “estilos de vida”, de modo que a “boa aparência”, vinculada a ideia de um corpo magro, é representada como algo capaz de modificar condições de sucesso profissional, conjugal e afetivo, trazendo, conseqüentemente, a felicidade e o sentimento de estar bem consigo mesma. Desse modo, uma mulher magra é sinônimo de uma mulher feliz, realizada e bem consigo mesma (Melo & Oliveira, 2011).

Outra questão que pode ser levantada a partir da resposta da participante 2, diz respeito ao que Berger (1980) destaca sobre a mulher transformar-se a si mesma em objeto visual. O trecho “*a primeira mulher maravilha que é até hoje símbolo de beleza para todos os homens da face da Terra*” deixa bastante claro aos olhos de quem é destinada a beleza da mulher. Sendo assim, entende-se que a mulher é incentivada desde pequena a preocupar-se com a sua aparência perante o homem. Além disso, percebe-se no trecho o pressuposto de que todos seriam heterossexuais, explicitando, desse modo, os processos de subjetivação sustentados pelo sistema binário de gênero e pela heteronormatividade.

Segundo Nascimento (2010), as práticas discursivas baseadas no machismo e na heteronormatividade orientam os processos de subjetivação, reforçando a intolerância e as interdições tácitas contra a homossexualidade. Desse modo, Nascimento (2010) entende a homofobia enquanto um processo de controle da heteronormatividade. Em relação a isso, Madureira e Branco (2007) destacam a construção de uma rede intrincada de “ditos” e “não-ditos”, por exemplo, em relação ao ocultamento ou não de sua orientação sexual em determinados contextos sociais por parte de sujeitos que apresentam identidades sexuais não-hegemônicas, que podem resultar em diferentes níveis de ansiedade e de sofrimento psíquico, tendo em vista um contexto sociocultural, fortemente, marcado por práticas e discursos sexistas e homofóbicos.

Outro ponto que pode ser destacado nas três entrevistas, apesar de ser muito mais comentado pela participante 3 diz respeito à questão de a mulher ser muito mais cobrada em relação à beleza do que o homem, como evidenciado no trecho a seguir:

P2: E isso é diferente em homens e mulheres, porque a mulher, ela é um ser que as pessoas procuram mais beleza, mais delicadeza, mais cuidado, é... (...) É que tem que ser mais cuidadosa, que tem que ser mais, que tem que se preocupar mais com a beleza do que o homem, com peso, com correção de defeitos, por exemplo, cirurgia plástica. Nunca vi pessoas, é... recomendando cirurgia plástica para homem, como eu já vi recomendarem pra mulheres. Pra mim, já recomendaram 30 milhões de vezes. (Risos)

A partir disso, fica evidente as articulações entre a beleza e a feminilidade veiculada pela mídia. Segundo Sant' Anna (1995, citada por Ribeiro, 2006), os meios de produzir embelezamento divulgados, como exemplo os produtos de beleza, as cirurgias plásticas e os regimes alimentares, são constantemente atrelados ao discurso de que não se preocupar com a beleza é uma negligência da mulher. Assim como afirmou o participante 1, “*o corpo feminino, muitas vezes, é tido de maneira sexualizada nas mídias*”. Le Breton (2016), nesse sentido, evidencia que a mulher é vista enquanto um ser destinado à beleza que, sobretudo nas sociedades ocidentais, deve se submeter a critérios rígidos de sedução para serem comparadas e julgadas pela sua aparência.

Ainda sobre os impactos da mídia, Loponte (2002) enfatiza que as imagens que chegam até nós, diariamente, através dos meios de comunicação são perpassadas por um modo de ver masculino. Dessa maneira, veiculam-se sentidos em torno dessas representações sociais de gênero que privilegiam o olhar do homem e incentivam a objetificação do corpo feminino. Melo e Oliveira (2011) também destacam que as representações femininas na mídia em geral (novelas, propaganda, Internet, por exemplo) são associadas a passividade e sensualidade, sendo a beleza física da mulher um imperativo para a conquista e para a manutenção do relacionamento amoroso com o homem e uma condição para alcançar a felicidade.

No outro extremo dos ideais de beleza exigido para as mulheres, percebe-se o ideal de beleza masculina veiculado pela mídia:

P3: Tem a questão do ombro largo, e... é, força no trapézio porque se não fica meio pra baixo e não parece tão viril... os braços fortes, a questão da altura é muito cobrada nos homens que não é uma coisa que cobram em mulher, na verdade é o oposto, a mulher não pode ser alta demais, é... (...) Assim, uma coisa que não cobram tanto no homem como na mulher, é a questão da, dos pelos corporais que a mulher tem que ser toda limpinha, isenta de pelos, exceto na cabeça. (...) Se o cara não tem muito (...) associam isso falta de virilidade. É... esses aspectos também, questão de músculo,

ombro assim, não ter cintura e não se preocupar tanto com... você tem que ser lindo e maravilhoso, só que você não pode tentar ser lindo e maravilhoso.

Esse trecho mostra a opinião da participante 3 acerca dos ideais de beleza divulgados pela mídia para homens, deixando bem explícito as diferenças em relação ao modelo ideal de beleza feminino. Desse modo, observa-se que, em oposição a esses ideais de feminilidade divulgados pela mídia, percebe-se a construção de uma masculinidade hegemônica, na qual “o homem deve fazer da mulher uma criatura tão diferente quanto possível” (Freyre, 1981, p. 93, citado por Parker, 1991). Nesse sentido, enquanto a mulher deve se mostrar frágil, bela, desejável e submissa, o homem deve mostrar sua força, inteligência, agressividade e virilidade (Parker, 1991).

Padrões estéticos hegemônicos, aparência corporal e sofrimento psíquico

P3: As pessoas ficam reparando. E é assim, um ponto de referência, né! Em qualquer lugar, ah, você não sabe o nome daquela pessoa “Ah, aquela gordinha, aquela baixinha, aquela...” Não sei... Então, eu acho que muitas pessoas, elas levam muito a sério isso e não se aceitam, é muito difícil, é uma posição muito ruim, porque você fica triste com o que você é, mas é difícil mudar e...

Esse trecho da fala da P3 deixa explícito o sofrimento atrelado ao fato de as pessoas, em especial as mulheres, não se perceberem dentro dos padrões estéticos hegemônicos impostos. O P1 também ressalta que “*é triste ver mulheres, por exemplo, praticando bulimia (...) e homens tomando (...) esteróides pra tentar alcançar esse corpo*”, comprometendo, nesses casos, a própria saúde. Assim como é discutido por Kalb (2017), a sociedade atual incentiva constantemente o culto ao corpo, que acaba afetando principalmente as mulheres.

A busca incessante e obsessiva por um corpo magro, jovem, visto como “belo” e “saudável”, configura-se enquanto um fator extremamente vinculado ao sofrimento psíquico na atualidade. Desse modo, mobilizadas por um sentimento de inadequação frente a esse corpo “perfeito”, de forma bem contraditória, as pessoas acabam se sujeitando a práticas nocivas à saúde com o intuito de parecerem belas e saudáveis (Kalb, 2017).

Percebe-se também um aspecto preocupante relacionado a isso na fala da participante 3, que deixa explícito o papel das diferentes instituições sociais na construção desses ideais de beleza hegemônicos, como exemplo a família e a escola.

P3: E também porque, uma vez, no colégio em que eu estudava, eles passaram um documentário sobre atração sexual, o que atrai ou não as pessoas, e aí eles falaram

que pessoas com manchas corporais, geralmente, não são atraentes pro sexo oposto. E aí eu me senti muito mal em relação ao meu rosto, tipo, as sardas no...(...). Minha mãe tratava como se fosse sujeira quando apareceram, ela tentou arrancar de mim até minha pele ficar tão vermelha e ela notar que não era sujeira. (risos)

Nesse sentido, é possível observar uma articulação dessa questão abordada com o que Bourdieu (2005) discute a respeito das estruturas de dominação do feminino. Para Bourdieu (2005), essas estruturas se constituem enquanto “produto de um trabalho incessante de reprodução” (p. 46), nas quais as formas de violência física e simbólica são naturalizadas por instituições como a família, a mídia, a Igreja e a escola. Cruz (2008) aborda o conceito de violência simbólica evidenciando como os padrões de beleza estabelecidos socialmente produzem uma imagem irreal da mulher que acaba se transformando naquilo que todos os homens devem aspirar e todas as mulheres devem se tornar para serem valorizadas socialmente, estimulando cada vez mais o sofrimento nas mulheres por não se enquadrarem nesse padrão.

Em relação à essa violência simbólica, Cruz (2008) também enfatiza, além dos papéis da família e da escola, o impacto da mídia na construção e manutenção desses padrões, sendo isso explícito na fala dos três participantes, destacando-se consideravelmente o trecho a seguir:

P3: É... por exemplo, as modelos é... todas são bem magrinhas e tudo. Eu acho que uma coisa que me incomoda agora é não ter silicone. E é uma coisa que realmente, eu mudaria. Eu sei que... é triste a pessoa ter que se submeter a cirurgia, uma coisa invasiva, né!? (...) Seria uma forma de eu me sentir mais confiante, por me enquadrar no padrão. Que é uma coisa muito triste, mas... eu realmente gostaria muito.

Segundo a participante 3, apesar de ter destacado aspectos negativos atrelados à cirurgia plástica, ela relata que gostaria muito de colocar silicone nos seios por sentir-se mais confiante ao adequar-se ao padrão. Em relação a esse aspecto, percebe-se uma articulação com o trabalho de Melo e Oliveira (2011) ao analisarem os motivos que levaram mulheres a utilizarem medicamentos inibidores de apetite. Segundo as autoras, embora existisse um certo reconhecimento acerca dos riscos decorrentes do uso abusivo de anorexígenos, as participantes submetiam-se aos riscos por considerarem esses medicamentos como uma alternativa efetiva, necessária e conveniente ao emagrecimento. Nesse sentido, é válido ressaltar que, atualmente, o corpo magro é visto culturalmente como condição necessária à felicidade (Melo & Oliveira, 2011).

Considerações Finais

De maneira geral, o/as participante/s levantaram inúmeras questões acerca das representações sociais de gênero explorando vários pontos de vista. Nesse sentido, as entrevistas foram muito ricas e puderam ser articuladas a ideias de vários autores. Um ponto importante a ser destacado foi a presença de várias contradições na fala de todos os participantes, principalmente na da participante 3.

Além disso, foi possível observar, de forma clara, o impacto significativo da mídia e de outras instituições sociais como a família, na construção das identidades sociais e das representações sociais de gênero, no sentido de se configurarem enquanto meios de produção e reprodução de condutas e de padrões hegemônicos de beleza para homens e mulheres, operando enquanto formas de estimular o sofrimento psíquico e violências físicas e simbólicas contra as mulheres. Sendo assim, foi bastante reforçada a ideia de a mulher, desde seu nascimento, ser estimulada a se preocupar constantemente com a sua aparência e seu modo de ser perante o homem, ilustrando, desse modo, as discussões desenvolvidas por Berger (1980), Bourdieu (2005), Cruz (2008), Kalb (2017), Ribeiro (2006), Sabat (2001), entre outros.

Um último aspecto bastante relevante diz respeito ao fato de que apesar de o/as participante/s terem trazido muitos conteúdos enfatizando várias práticas e discursos misóginos, destacados na seção de resultados e discussão, estes eram vistos, aparentemente, como algo errado, explicitando um movimento de mudança social relacionado a essas práticas e discursos. Por exemplo, o participante 1 ressaltou que grande parte da sociedade é, sim, muito machista, porém não se pode ignorar uma “*outra parte da sociedade quer, justamente, mudar essa mentalidade*”. Ainda relacionado à construção de novos posicionamentos, mas agora referentes aos padrões de beleza, a participante 2 destaca:

P2: (...) beleza e feiura são coisas que a gente percebe, que a gente cria e que a gente pode sim perceber como diferente, que a gente pode sim fazer construções diferentes daquilo. E que sim, o ideal corporal devia ser baseado em saúde... saúde e satisfação própria, né!

Essa fala da participante 2 ressalta o ponto central destacado por Scott (1995). Segundo a autora, a utilização do termo “gênero” enquanto categoria analítica possibilitou a desconstrução do determinismo biológico que sustenta os estereótipos de feminilidade e masculinidade marcados pelo sistema binário de gênero, tornando possível um olhar crítico acerca das relações hierárquicas de poder. Desse modo, o corpo passa a ser compreendido

enquanto um objeto histórico e cultural, perpassado pelas relações de poder e pelos mecanismos de controle social.

A partir disso, percebe-se que essas discussões a respeito do impacto das representações sociais de gênero na constituição da subjetividade são de extrema importância no campo da Psicologia, tanto no que diz respeito a atuação do psicólogo em contexto clínico, social ou escolar, por exemplo, quanto no que se refere ao desenvolvimento de novos estudos no âmbito acadêmico. Nesse sentido, o aprofundamento dessas discussões teóricas caminha na direção de processos de transformação social baseados na desnaturalização de práticas e discursos sexistas, misóginos e homofóbicos, possibilitando o surgimento de novas concepções de beleza, que estimulem condutas saudáveis e que sejam inclusivas, ao invés de exclusivas, assim como destaca a participante 2.

Referências Bibliográficas

- Adelman, M. & Ruggi, L. (2007). Corpo, identidade e a política da beleza. *Gênero: Revista do Núcleo Transdisciplinar de Estudos de Gênero*, 7 (2): 39- 63.
- Almeida, T. M. C. (2014). Corpo feminino e violência de gênero: fenômeno persistente e atualizado em escala mundial. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2): 329-340.
- Bento, M. A. S. (1995). A mulher negra no mercado de trabalho. *Estudos Feministas*, 95(2): 479- 488.
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes. (3): 49-68.
- Bourdieu, P. (2005). A dominação masculina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Carvalho, N. C. (2016). *Estilos de socialização parental, identidade de gênero e sexismo na infância*. Dissertação de Mestrado, Centro de Ciências de Educação e de Ciências Humanas, Universidade Federal de Sergipe, Sergipe.
- Costa, R. G. (2003). Saúde e masculinidade: reflexões de uma perspectiva de gênero. *Revista Brasileira de Estudo e População*, 20:79-92.
- Cruz, S. U. A (2008). Representação da Mulher na Mídia: Um Olhar Feminista Sobre as Propagandas de Cerveja. *Revista Travessias*. Unioeste – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2(3).
- Felipe, J. (2007). Representações de gênero, sexualidade e corpo na mídia. *Revista tecnologia e sociedade*, 1: 41-54.

- Fonseca, M. F. S.; Ferreira, M. L. A.; Figueiredo, R. M.; Pinheiro, A. S.; (2018). O feminicídio como uma manifestação das relações de poder entre os gêneros. *JURIS*, 28(1): 49-65.
- 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.
- Gomes, R. (2007). Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 79-108). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Kalb, S. K. (2017). *Valorização do Corpo e Sofrimento Psíquico: A Mídia como Mediadora dos Padrões Hegemônicos de Beleza*. Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Psicologia, Centro Universitário de Brasília - UniCEUB, Brasília.
- Le Breton (2016). *Antropologia dos sentidos*. Petrópolis – RJ: Vozes.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidades, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300.
- Louro, G. L. (1998). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis – RJ: Vozes.
- Madureira, A. F. A. (2016). Diálogos entre a Psicologia e as Artes Visuais: As imagens enquanto Artefatos Culturais. Em J. L. Freitas & E. P. Flores (Orgs.), *Artes e Psicologia: Fundamentos e Práticas* (pp. 57-82). Curitiba: Juruá.
- 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.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2015). Gênero, Sexualidade e Diversidade na Escola a partir da Perspectiva de Professores/as. *Temas em Psicologia*, 23(3), 577-591.
- Melo, C.M. & Oliveira, D.R. (2011). O uso de inibidores de apetite por mulheres: um olhar a partir da perspectiva de gênero. *Ciência & Saúde Coletiva*, 16 (5): 2523-2532.
- Minayo, M. C. S. (2007). Ciência, Técnica e Arte: O desafio da pesquisa social. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-29). Petrópolis – RJ: Vozes.

- Moreira, A. F. B. & Câmara, M. J. (2008). Reflexões sobre currículo e identidade: implicações para a prática pedagógica. Em A. F. Moreira & V. M. Candau (Orgs.), *Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas* (pp. 38-66). Petrópolis - RJ: Vozes.
- Nascimento, M. A. N. (2010). Homofobia e homofobia interiorizada: produções subjetivas de controle heteronormativo. *Athenea Digital*, 17: 227-239.
- 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, P. P. (1998). Discursos sobre a masculinidade. *Estudos Feministas*, 6(1), 91-111.
- Parker, R. G. (1991). *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Editora Best Seller.
- Rago, M. (2004). A “mulher cordial”: feminismo e subjetividade. *Verve*, 6: 279-296.
- Ribeiro, L. B. (2006). Cirurgia Plástica estética em corpos femininos: a medicalização da diferença. Disponível em: <http://www.antropologia.com.br/arti/colab/vram2003/a13-lbribeiro.pdf>
- Sabat, R. (2001). Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Revista Estudos Feministas*, 9(1): 04-21.
- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99.
- Segato, R. T. (2006). Que és um feminicídio. Notas para um debate emergente. *Série Antropologia*. Brasília, n. 401.
- 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.