



As (Sub)Representações da Mulher na Esfera Mediática¹

Autora: Noemi Correa Bueno²

Orientador: Murilo Vieira Soares³

Instituição: Universidade Estadual Paulista – UNESP

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC

Resumo

As representações mediáticas possuem o poder de influenciar na subjetividade da população e são um dos instrumentos mais aceitos a apresentar imagens dos fatos e dos valores. Por isso, na contemporaneidade, muitos movimentos sociais têm-se voltado para a questão da representação, como é o caso do movimento feminista brasileiro. Após a consolidação dos direitos de profissionalização e de voto, o movimento feminista volta-se para outra pauta de reivindicação: a questão da identidade e da representação – o que significam, como são produzidas e como são questionadas, principalmente pelos meios de comunicação.

Palavras-chave

Representação, jornalismo; gênero; meios de comunicação.

Introdução

Partindo dos conceitos de representações, estereótipos e identidade, o artigo analisará a importância dos meios, principalmente do telejornalismo, na legitimação, na invalidação ou no questionamento de grupos sociais, como o feminismo, por exemplo.

A pauta desse movimento tem se direcionado às questões referentes às representações mediáticas, devido sua influência na construção da identidade,

¹ Trabalho apresentado às Divisões Temáticas, na sub-área Comunicação, Espaço e Cidadania, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Formada em Comunicação Social – habilitação Relações Públicas, pela Unesp / FAAC e mestranda do Curso de Comunicação Midiática, da mesma instituição. Email: nobueno_rp@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor Livre Docente do Curso de Pós Graduação em Comunicação Midiática – Unesp/FAAC. Email: murilo@faac.unesp.br



estereótipo e representação social de gênero, e, conseqüentemente na forma como as mulheres são compreendidas pela sociedade e por elas mesmas.

Considerando essas ponderações, este artigo traçará um aporte teórico sobre a interferência que esses conceitos promovem no dia a dia das mulheres e como o telejornalismo pode criá-los, recriá-los ou destruí-los.

Representações sociais: interação indivíduo e sociedade

As representações sociais abordam a interação entre indivíduo e sociedade, ou seja, como os indivíduos constroem seu conhecimento a partir da sua inscrição social e como a sociedade constrói esse conhecimento com os indivíduos, por meio de uma orientação simbólica e fornecimento de repertório comum para interpretações.

Assim, a representação social é partilhada por indivíduos e é produzida em coletivo, sendo resultado da atividade cognitiva e simbólica de um grupo. Além disso, não é apenas racional e cognitiva, é também um conjunto amplo de sentidos criados e compartilhados socialmente, responsável pelos motivos que levam um sujeito a tomar determinadas atitudes. (JUNIOR, 2006, p. 36).

Essa representação consiste na produção de significados por meio da linguagem e num construto político em processos sócio-culturais, ou seja, uma construção social que ocorre por meio de um mapa conceitual. Trata-se de uma construção simbólica e intersubjetiva que ajuda na compreensão do contexto e ocorre por meio da negociação dos entendimentos sobre o mundo, reafirmando pertencimentos e construindo identidades. (HALL apud: ROCHA, 2008).

Ainda segundo este teórico, as identidades

têm a ver não tanto com as questões ‘quem somos nós’ ou ‘de onde nós viemos’, mas muito mais com as questões ‘quem nós podemos nos tornar’, ‘como nós temos sido representados’ e ‘como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios. (HALL apud: ROCHA, 2008, p. 89).

Em relação às representações das mulheres, estas são construídas na vinculação das práticas cotidianas das mulheres e homens por meio das construções simbólicas que orientam as culturas e produções de significados. Essas representações têm a função de explicar e compreender a realidade, de definir a identidade e



especificidade dos grupos, e, de orientar e justificar comportamentos conforme o sexo dos indivíduos. Por isso, a importância de discutir essa temática e como as representações são perpassadas.

De acordo com Denise Jodelet (apud SWAIN, 2009), as representações são encontradas em todas as formas de comunicação (conversa, literatura, discurso científico, mediático, entre outros). Ou seja, as representações são organizadas e reguladas por discursos que circulam, colidem e articulam-se em diversos espaços, como o mediático, por exemplo.

Toda forma de comunicação de um grupo, em seu espaço de recepção e interação, veicula representações sobre homens, mulheres e a sociedade. Um desses casos, como dito acima, consiste no discurso dos meios, que muitas vezes, recuperam ou atualizam representações excludentes e hierarquizadas de gênero sob novas roupagens, quando homens e mulheres continuam a ocupar lugares tradicionalmente traçados segundo a “natureza” feminina ou masculina.

No caso dos meios, o estudo das representações midiáticas permite avaliar como os “gêneros e artefatos culturais funcionam tanto para forjar a aceitação do *status quo* e a dominação social como para habilitar e encorajar os estratos subordinados a resistir à opressão e a contestar ideologias e estruturas de poder conservadoras” (FILHO, 2005, p. 19).

Devido essa importância dos meios, muitos movimentos sociais têm voltado sua pauta de reivindicações para a questão da identidade – o que ela significa, como é produzida e questionada, destacando o papel destes na formulação, reconhecimento e legitimação dos seres e de fornecedor de critérios e referenciais para a condução da vida diária e adaptação ao mundo moderno.

Um exemplo desses movimentos é o caso do feminismo. Segundo Filho (2005, p. 21), os meios de comunicação “refletem valores sociais dominantes e denigrem simbolicamente a mulher, seja por simplesmente não representá-las, seja por apresentá-las em situações ou atividades socialmente desvalorizadas”, por isso a crítica feminista consiste de que os meios são verdadeiras prisões patriarcais que criam, divulgam e legitimam imagens baseadas em interesses masculinos, apontando como principal responsável a predominância de profissionais do sexo masculino na produção de conteúdos midiáticos.



Outra forma de discriminação de gênero presente nos meios é o que Bourdieu chama de “ocultar mostrando”, para este teórico os meios podem, paradoxalmente,

ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade. (BOURDIEU, 1997, p. 24).

No caso das representações femininas, os meios podem simplesmente ocultar as vozes das mulheres, ignorá-las em determinadas situações ou simplesmente não retratá-las. Isso ocorre, por exemplo, quando um noticiário não distingue como determinado acontecimento pode afetar diferentemente homens e mulheres ou quando a voz feminina é suprimida por interesses dos “cidadãos”, da “população”.

Esse debate sobre representações desfavoráveis geralmente também suscita a discussão sobre o conceito de estereótipo. O estereótipo reduz a variedade de características de um grupo a alguns atributos, baseando-se num conhecimento intuitivo sobre o outro.

Por isso, trata-se de uma forma influente de controle social que demarca fronteiras simbólicas entre o normal e o anormal, e pode ser utilizado como estratégia ideológica de construção simbólica com objetivo de naturalizar, universalizar e legitimar normas, identidades e valores que emanam das estruturas dominantes, ou seja, consiste em uma tentativa da classe dominante de modelar, de forma natural, a sociedade conforme sua visão de mundo.

O estereótipo surge como representações partilhadas e constitui um conjunto de crenças, teorias e visões, formadas frequentemente a partir de impressões distorcidas e/ou incompletas, com generalizações que ignoram diferenças internas, e formam e orientam tanto a comunicação como o comportamento.

Como as representações sociais, o estereótipo social (um caso particular de representação) organiza o real, influencia os processos de comunicação e predispõe para a ação, assumindo papel importante em fenômenos de diferenciação social. (BAPTISTA, 2009).

Conforme Júnior (2006, p. 36)



os estereótipos são representações sociais institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. Trata-se de representações porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo possui sobre o outro. Reiteradas porque criadas com base numa repetição. À base de rigidez e de reiteração, os estereótipos acabam parecendo naturais; a sua finalidade é, na realidade, que não pareça formas de discurso, e sim formas de realidade. Finalmente, são reducionistas porque transformam uma realidade complexa em algo simples.

Em relação ao gênero existem vários estereótipos que buscam enquadrar homens e mulheres conforme diversas características. Na sociedade contemporânea, facilmente ouvimos o termo “homem/mulher de verdade” (por exemplo, “homem de verdade não chora”) que remete à questão da identidade e diferença. Frequentemente esse discurso é baseado na representação de corpos femininos construídos como frágeis, imperfeitos, sujeitos às questões fora do controle do consciente.

Ou seja, a mulher é definida pela sexualidade e poder de reprodução, e essas características a torna vulnerável, precisando de proteção e tratamento especial, conforme prescrito pelo patriarcado. Neste caso, a oposição homem/mulher encontra-se aliada à oposição mente/corpo.

Os meios e o telejornalismo podem contribuir para essa construção ao enfatizar essa fragilidade ao retratar a mulher. E esse fato ocorre com frequência, por exemplo, em casos de notícias de assassinatos brutos e violência. O interessante é que o desespero da mulher é enfatizado independente dela ser ou não a vítima que sofreu a agressão, ou seja, frequentemente retrata-se a imagem de uma mulher angustiada (que pode ser a própria vítima ou parente ou conhecida desta) para simbolizar a gravidade da situação.

Os meios de comunicação, ao produzirem e difundirem mensagens, assumem um papel importante na formação do indivíduo e do comportamento social. De acordo com Assis (2009), estes “servem como monopolizadores do saber, respaldados em um regime de verdade que oferece uma ilusória transparência social em que todos se comunicam com todos”, e que geralmente estas idéias estão vinculadas à manutenção do *status quo*, fazendo com que a consciência crítica seja substituída pelo conformismo e impedindo a formação de indivíduos autônomos e independentes.

Isso ocorre pois os meios são instrumentos de fabricação e disseminação de representações sociais, responsáveis pela compreensão que os sujeitos têm de si e do grupo, ou seja, da visão social e da auto-imagem. De acordo com Guareschi (apud



ASSIS, 2009), “a comunicação elabora o nosso cotidiano, legitima o nosso cotidiano, justifica e transforma, se necessário, o nosso cotidiano”.

Desta forma, os meios reforçam e criam representações sociais, fornecendo visibilidade e reconhecimento a grupos, de forma a afirmar suas identidades, que evidenciem os papéis socialmente construídos e aceitos para os sujeitos.

Da mesma maneira, o telejornalismo também contribui para a criação e veiculação de representações. Por meio do agendamento e enquadramento, posicionam as representações presentes neste meio, pois influenciam a pauta das questões consideradas relevantes (ou seja, se constituem como arenas estratégicas para formação da agenda pública, atuando como ponte de articulação entre as demais arenas e como canal de difusão do que ocorre nelas), e, produzem e disseminam uma interpretação do mundo, por intermédio de uma retórica implícita presente na estrutura da matéria jornalística, que pode ser patrocinada por vários atores sociais.

Vale lembrar que toda informação em forma de notícia é resultado de acordos que se dão desde o momento do acontecimento em si, passando pelos agentes e interlocutores, até chegar aos jornalistas e os próprios leitores (sendo que cada um destes interage de forma particular com a notícia, conferindo-lhe novos significados), por isso, esses conteúdos não podem ser considerados como neutros ou imparciais.

Jornalismo Televisivo e Representações Sociais

Para a maioria da população brasileira, a primeira (e em muitos casos, a única) fonte de informação disponível é a televisão, por isso, ocupa um espaço central na divulgação de temas e acontecimentos e desempenha uma importante função de tornar públicos assuntos sobre os quais os sujeitos provavelmente irão discutir e refletir.

Essa característica se torna ainda mais marcante em relação aos programas jornalísticos, que possuem um papel importante de mediação, de integração do sujeito ao contexto mundial (aproxima a audiência de fatos que seriam inacessíveis no espaço e tempo por outro dispositivo) e de construtores de representações sobre a sociedade e sobre o real, criando hábitos, costumes e comportamentos (ou seja, não apenas refletem identidades e relações sociais que circulam no cotidiano, mas também participam do processo de legitimação destas ao produzirem discursos que influenciam as relações



sociais, a memória e os processos de construção de representações sociais). (JÚNIOR, 2006, p. 34 e 37).

Assim, considerando os conceitos de representações, identidade e estereótipo explicitados acima, os meios de comunicação são relevantes, pois, além de outros aspectos, podem interferir na construção de identidades sociais, estabelecendo sentidos e representações, por meio da inserção de discursos sociais e devido à influência que possui na construção do cotidiano.

Em relação ao telejornalismo essa possibilidade também existe, pois apesar de buscar neutralidade e objetividade, é necessário considerar que é construído por narrativas elaboradas a partir da perspectiva de indivíduos, que podem produzir várias representações de uma mesma situação, ao selecionar determinados aspectos da realidade em detrimento de outros, tornando-os mais salientes, de forma a promover um sentido particular deste. (BENNET, 2008).

Ao determinar quais assuntos abordar e de qual maneira fazê-lo (*enquadramento*), o telejornalismo trata de um elo de mediação entre a realidade e as pessoas, construindo e transmitindo a realidade à sua maneira. De acordo com Bordenave (2002, p.81), “não há forma de evitar a reconstrução seletiva da realidade pela simples possibilidade material de abrangê-la em sua totalidade. E mais, as próprias características tecnológicas dos meios de comunicação colaboram para a configuração de um verdadeiro código do meio que traduz a realidade e a transmite”.

Essa característica de falta de objetividade é importante ser discutida, pois os jornais possuem poder de convencimento, devido ao espaço que ocupam na sociedade contemporânea e à característica de ser formador de opinião. Esse poder é reforçado devido à similitude entre imagem e objeto, fazendo com que as representações midiáticas aparentam realidade e simultaneidade, sugerindo que sua representação é o próprio modo de ser da sociedade. (SOARES, 2007).

Esse valor de verdade que o jornalismo recebe resulta no convencimento das representações que veicula, suscitando reflexões e mudanças de comportamento por parte da sociedade, que além de outros aspectos, pode confirmar, criar ou recriar estereótipos.

Assim, ao mesmo tempo em que as representações derivam dos valores dos jornalistas e da sociedade, também, reforçam tendências comportamentais ou propiciam o estabelecimento de novos valores, fornecendo apóio para a solidificação ou extinção de determinados comportamentos e identidades.



A imprensa pode construir, projetar ou consolidar identidades sociais, atuando como legitimadora ou questionadora da estrutura vigente. Pois, realiza muito mais do que apenas refletir essas identidades e relações sociais, mas participa do processo de construção destas, ou seja, não apenas descreve a realidade, mas, também, molda as percepções do que é a realidade. (SOUSA, 2006, p. 211-213).

Em relação ao preconceito de gênero, Bourdieu (2003, p. 06) afirma que apesar de em muitos casos não haver a intenção explícita de reforçar as desigualdades de gênero, os jornalistas reproduzem a dominação masculina, inculcada inconscientemente nos sujeitos. Por isso, apesar das conquistas feministas, ainda existem muitos direitos pelos quais lutam, sendo um deles: o direito à representatividade adequada das mulheres nos meios de comunicação.

Representações de Gênero no Telejornalismo

O discurso de um segmento do movimento feminista contemporâneo é de que as mulheres vivem em uma sociedade quase-igualitária, pois ainda são identificadas e representadas pelos papéis de mãe e esposa, impedindo uma possibilidade completa de realização pessoal.

Segundo o teórico Bourdieu, mesmo após o movimento feminista ter conquistado diversos direitos, ainda não houve uma ruptura da dominação masculina no campo da representação social, mantendo o predomínio desta dominação e a estrutura das distâncias entre os sexos.

Ainda de acordo com este teórico, em cada época da história da humanidade há um tipo de estratégia utilizada para perpetuação da dominação masculina, baseada em estruturas simbólicas para representação de identidades e papéis femininos e masculinos.

Essas estruturas fazem com que os sujeitos incorporem inconscientemente essa dominação e, portanto, não a rompam no campo da representação. Neste caso, a relação entre os sexos não é dada naturalmente, mas é mantida e eternizada por diversas instituições como a igreja, a escola, a família, o Estado, o esporte e o jornalismo. (BOURDIEU, 2003, p. 06).

No caso do telejornalismo, como já citado nesse artigo, essa dominação se potencializa, pois a suposta imparcialidade dificulta a visualização dessa estrutura



simbólica e, por conseguinte, das relações de dominação presentes nesse meio. Essa legitimação pode ocorrer em diversas formas: como a notícia é apresentada, no uso das fontes, das imagens e das linguagens (destacando e valorizando questões, vozes ou imagens masculinas em detrimento das femininas, dissemina-se uma imagem estereotipada e discriminatória das mulheres).

A sub-representação feminina promove uma incompreensão da mulher como ator social, por isso apesar das conquistas feministas ainda existem muitos direitos pelos quais lutam, sendo um destes o direito à representatividade adequada nos meios.

Um exemplo dessa ação é o movimento “Articulação e Mídia” que luta por uma maior visibilidade das mulheres como trabalhadoras, especialistas e intelectuais, e por um espaço nos meios para a divulgação e discussão das reivindicações, ideais, conquistas e mudanças femininas. Segundo o movimento, a ausência desses fatores favorece a reprodução de estereótipos de gêneros que influenciam na subjetividade da população e acabam por afetar a auto-estima das mulheres que utilizam as representações midiáticas como parâmetros de modelo e valores. (OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO, 2008).

Em 2005 uma instituição denominada WAAC (*World Association for Christian Communication*) realizou uma pesquisa sobre a presença das mulheres no jornalismo (impresso, televisivo e radiofônico) no contexto mundial. O resultado constatou que as mulheres aparecem em apenas 21% das notícias mundiais e em apenas 17% a voz feminina é considerada como especialista. Outro dado importante trata-se da retratação da opinião feminina em artigos sobre política e economia (temas que dominam as agendas dos países), o percentual (no jornalismo mundial) é de 14% e 20%, respectivamente.

O relatório ainda demonstra que nos artigos pesquisados as mulheres são, muitas vezes, identificadas como esposas, mães ou filhas, mesmo quando se destacam como especialistas. Ou seja, dificilmente as mulheres escapam da relação com o contexto familiar (independente do contexto profissional), perpassando uma representação destas como dependentes de uma relação com outras pessoas.

Por meio dessa pesquisa, pode-se ratificar a afirmação de Bourdieu de que o telejornalismo é uma instituição que mantém e eterniza, de forma sutil, a relação de dominação entre os sexos.



Considerações Finais

A representação adequada nos meios é importante, pois possuem o poder de influenciar na subjetividade da população e são um dos instrumentos mais aceitos a apresentar imagens dos fatos e dos valores, por isso carrega (além de outras responsabilidades) uma responsabilidade social, que deveria retratar a diversidade social em todas as suas dimensões.

No caso da representação mediática de gênero, o jornalismo deve não apenas cobrir assuntos do interesse, prioridade, preocupação e experiência tanto de homens quanto de mulheres, mas também representar estes assuntos de maneiras não estereotipadas, por profissionais que promovam a contestação da ideologia sexista, e, a criação de espaços de discussão que informem, principalmente, sobre os direitos das mulheres e as incluam nas agendas de discussão temas de importância para todos.

Por isso, o tema representação das mulheres nos meios é importante ser discutido, no sentido de estimular o abandono de práticas patriarcais ainda exercidas por vários produtores de conteúdos midiáticos que legitimam a dominação masculina.

Além disso, também é importante não apenas fomentar representações mais realistas, que abranjam toda complexidade de papéis e posições femininas (ao invés de produzir mitos e estereótipos), mas também promover representações com caráter emancipador, que contestem as noções ideológicas relativas às diferenças sexuais.

Referências bibliográficas

ALVAREZ, Ana de Miguel. *O feminismo ontem e hoje*. Lisboa: Ela por ela, 2002.

ASSIS, L; CARRIERI, A; CORREA, A; GONTIJO, M; MELO, M. Soldadinhos-de-chumbo e bonecas: representações sociais do masculino e feminino em jornais de empresas. *Revista de Administração Contemporânea*. Curitiba. N° 02. Abr/jun 2007.

BAPTISTA, Maria Manuel. *Estereotipia e representação social*. Disponível em: <http://sweet.ua.pt/~mbaptista/Estereotipia%20enquanto%20forma%20de%20representacao%20social.pdf>. Acesso em: 05 mar 2009.



BENNET, Lance, e, ENTMAN, Robert. *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Disponível em: <http://books.google.com/books?hl=pt-BR&lr=&id=L0GROJKLHukC&oi=fnd&pg=PA203&dq=entman+framing+autor:r-entman&ots=DA0Xv8plGD&sig=kZ17sc-49HFV5WTTvslxYdfV8n8#PPA205,M1>. Acesso em: 15 ago 2008.

BORDENAVE, Juan Diaz. *Além dos meios e mensagens*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CIRANDA. *Mulheres pelo direito de resposta*. Disponível em: <http://www.ciranda.net/spip/article1027.html>. Acesso em: 15 jul 2008.

FILHO, João Freire. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Famecos*, Porto Alegre, n. 28, p. 18-29, dez 2005.

GLOBO. *Portal de notícias da Globo*. Disponível em: <http://busca2.globo.com/Busca/g1/?query=marcha%20das%20margaridas>. Acesso em: 20 jul. 2008.

JUNIOR, Alfredo Vizeu. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. *Famecos*, Porto Alegre, n. 30, p. 31-38, ago 2006.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. *A luta das mulheres pela comunicação democrática*. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=563. Acesso em: 18 mai 2008.

ROCHA, Simone. Estudos culturais e estudos de mídia: modos de apreensão dos sujeitos em programas televisivos. *Líbero*, Ano XI, n° 21, 2008.

SWAIN, Tânia. *Feminismo e representações sociais*. Disponível em: <http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/viewFile/2657/2194>. Acesso em: 15 jan 2009.

SOARES, Murilo César. Representações e comunicações: uma relação em crise. *Líbero*, São Paulo, n. 20, p. 47-56, dez 2007.

_____. *Representações, jornalismo e a esfera pública democrática*. Tese de Livre-Docência. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP. Bauru: 2008. 211 p.



SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2001.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

WACC. *¿Quién figura em las noticias?* Disponível em: http://www.whomakesthenews.org/research/global_reports/report_2005__1. Acesso em: 07 mai 2008.