

REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO NA MÍDIA IMPRESSA

Astrid Nilsson Sgarbieri

Faculdade de Letras – Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas)

sgarb@fea.unicamp.br

Abstract. *This paper analyses some processes of reference used in the written media to represent professional women at the end of the XX century and beginning of this century. Critical Discourse Analysis framework was used to analyse the data. The results point to changes in the representation of professional women in the media which may be related to advances in Brazilian Society.*

Keywords. *Discourse, gender, media.*

Resumo. *Este trabalho analisa alguns processos de referenciação usados na mídia escrita para representar a mulher profissional do final do séc.XX e início deste século. O arcabouço teórico utilizado foi o da Análise do Discurso Crítica. Os resultados apontam para mudanças na representação da mulher profissional na mídia, fato que pode ser relacionado a avanços na sociedade brasileira.*

Palavras-chave. *Discurso, gênero, mídia.*

Introdução

A linguagem é o maior empreendimento conjunto do ser humano e não pode ser limitado em seus estudos apenas a aspectos formais. Para estudar a linguagem é essencial um elevado grau de interdisciplinaridade que exige, do ponto de vista do discurso, o recurso a uma exterioridade constitutiva, deixando a língua de ser vista como um sistema ideológico neutro, mas como o lugar de confrontos ideológicos, portanto, entendida como atravessada na sua materialidade por posições subjetivas e sociais. O conceito de discurso tornou-se, desse modo, a chave para contemplar a articulação entre o fenômeno lingüístico formal e os processos ideológicos de construção semântica.

Na modernidade, as diferentes abordagens para analisarmos o discurso oferecem múltiplas opções para os estudos da linguagem. É impossível estudar qualquer evento discursivo sem definir a direção a ser tomada pelo trabalho analítico. Neste trabalho, portanto, a análise lingüística de representações, na mídia escrita, de aspectos da mulher

profissional, especialmente no campo da política será feita à luz da Análise do Discurso Crítica. Vale lembrar que a mulher profissional inserida na sociedade brasileira ainda enfrenta preconceitos que são introjetados, compartilhados e legitimados nas sociedades modernas e altamente meritocráticas.

O centro de interesse de grande parte das tendências lingüísticas, nas últimas décadas, tem sido deslocado da descrição de aspectos formais da língua como sistemas para a descrição de como os indivíduos ou grupos fazem uso dessa mesma língua em situações concretas e variadas de uso. Dessa forma torna-se importante estudar como a língua é utilizada pelos membros de uma sociedade e como tal uso permite analisarmos valores, crenças e ideologias da sociedade que representam. Desde a última década tem havido uma preocupação acentuada com relação à linguagem-sociedade, sendo que as pesquisas têm enfatizado a importância de se levar em consideração as práticas sociais e as implicações da análise lingüística crítica nas mudanças sociais. Uma abordagem interdisciplinar e crítica do discurso segundo a proposta feita por Fairclough (1992) atualizada, revista e, posteriormente, re-pensada por Chouliaraki e Fairclough (1999) e por van Dijk (1990, 1993 a, b) tem como premissa a percepção do discurso (linguagem e outras formas de semioses, como a linguagem visual) como um elemento de práticas sociais que leva em consideração a relação - contexto sócio político e ideológico da sociedade onde os "textos" são produzidos. Torna-se importante, também, lembrarmos que há sempre uma determinação histórica que relaciona o mundo com a linguagem e é por meio dessa perspectiva que podemos observar a influência das coerções sociais na construção do sentido.

Considero os discursos divulgados pela imprensa, devido ao seu caráter multiplicador, de fundamental importância para construção da identidade social, na medida em que por um lado, instauram a possibilidade de novos discursos e, por outro, interferem na construção do nosso cotidiano e na forma como configuramos as relações sociais e a memória. Nesta perspectiva, os discursos divulgados em jornais e revistas de circulação nacional, estabelecem novos sentidos e representações, instituindo assim as condições para a formação de novas identidades.

Para alguns autores, nos dias de hoje, a mídia é o *locus* principal onde é realizado o trabalho sobre as representações sociais, pois adquirem um status institucional que lhes autoriza a interpretar e produzir sentidos sobre o social que são aceitos consensualmente pela sociedade (Ribeiro, 1996; Huyssen, 2000). Vale lembrar que os meios de comunicação não veiculam a memória pública inocentemente, na medida em que possuem um mecanismo ideológico próprio. Ao selecionar, ordenar e enunciar os acontecimentos da história, e em particular no caso deste trabalho sobre a mulher profissional de um modo geral na sociedade brasileira no final do século passado e no início deste século, os meios de comunicação apresentam-se como um lugar de tensão em que operam forças que levam a mudanças na memória da sociedade (scripts) e dos membros que dela fazem parte e nela atuam (modelos).

É importante lembrar que os "scripts" são socialmente construídos em nossa memória e que os modelos servem para formatá-los e conseqüentemente modifica-los. Ambos são influenciados pela sociedade e pela imprensa que faz muito mais que apenas refletir as identidades e relações sociais. Os registros da imprensa fazem parte do elenco de

discursos que irão participar da constituição dos sujeitos e, de certa forma, definir os contornos das relações sociais. Discurso é, portanto, prática sócia, pois estamos constantemente construindo a nós mesmo e ao mundo nas práticas discursivas em que nos envolvemos.

Neste trabalho, a representação é vista **não** como um reflexo da realidade e **sim** como um processo de construção de sentidos. O significado é, portanto, como observa Hall (2000), produzido pela prática, pelo trabalho da representação. As representações constituem-se em categorias importantes na medida em que, por seu intermédio, podemos observar as relações de poder, os elementos de dominação e de resistência. Ao representar, estamos concomitantemente estabelecendo identidades e relações. Esta dimensão da representação torna-se ainda mais evidente quando lidamos com produção lingüística de natureza jornalística e com seu poder de influenciar as crenças, os valores, as identidades e a memória social.

Ao representar a mulher, neste caso a profissional na sociedade brasileira, a imprensa concomitantemente constrói, projeta e estabiliza identidades sociais, em processos definidos histórica e culturalmente. As práticas discursivas, além de sua dimensão constitutiva na construção social da realidade, são também ações sociais que ao longo do tempo, projetam e forjam as identidades e a memória social e propiciam mudanças sociais e culturais. É importante, portanto, observar nos textos dos jornais e revistas não apenas aspectos sociais, mas também transformações e mudanças nas práticas discursivas que irão influenciar a nossa sociedade.

Análise dos dados

Apresento a seguir alguns exemplos de manchetes em capas e em artigos de revistas, publicados na última década, que permitem observar uma evolução na representação da mulher profissional em nossa sociedade.

O número especial de 1994 da revista *Veja* pode ser considerado um marco na representação da mulher profissional na mídia trazendo na capa “*Mulheres – a grande mudança no Brasil*”. Os artigos sobre o assunto tratam da longa marcha e luta que a mulher, de um modo geral, tem enfrentado para ser “*confirmada, aceita e respeitada como profissional*” num mercado de trabalho muitas vezes dominado pelo homem. Essa edição já aponta para uma conscientização da sociedade face às dificuldades enfrentadas pela mulher profissional.

Em 1995, a capa da mesma revista trouxe “*Mamãe Coragem*” que representa mais um passo na conquista de um espaço da mulher profissional. O título do artigo que trata do assunto apresentado na capa é: “*Mamãe sabe tudo*” e aborda vários aspectos da vida da mulher profissional e mãe de família, com os “*sustos e dificuldades que ela enfrenta para se estabelecer e dar a volta por cima*”.

Em 1996 a revista *Exame* trouxe na capa a pergunta “*Carreira x Casamento. É possível ser bem sucedido em ambos?*”. O artigo compara o casamento com a anedota do cobertor curto: “*você puxa aqui e falta ali ...se todo casamento é de delicada administração, quando ambos são executivos passa a ser muito mais difícil...*”. O questionamento conclui que o desafio de tal administração vem sendo superado com sucesso mas, lentamente.

Em 1997 a capa da mesma revista trouxe novo questionamento “*Mulher é melhor que homem? O jeito feminino de administrar está sendo mais valorizado do que nunca pelas empresas. Problemas para os homens?*” O artigo que trata do assunto termina afirmando: “*No futuro, o mais provável será a combinação do jeito feminino com os valores tradicionais da competição*”.

A revista *Veja* de fevereiro de 1998 trouxe na capa a manchete “*Os homens que se cuidem! As mulheres estão avançando sobre os melhores cargos*”. Observamos a preocupação dos homens com relação ao bom desempenho profissional das mulheres.

Em abril de 1999 a revista *Exame* trouxe na capa: “*As mulheres de negócio mais interessantes do Brasil*”. Esta manchete e reportagem que trata do assunto podem ser classificadas de irônicas: “*Poderosa! Ela é de ferro. Mas chora.*”

A revista *Época* de março de 2000 trouxe na capa “*Mulheres – as conquistas que mudaram o universo feminino*” sendo a manchete do artigo: “*Brasil feminino e plural. O país de 80 milhões de mulheres equilibra-se entre a ânsia do poder e a sede de auto-estima*”. O artigo apresenta mulheres que têm posição de destaque em indústrias e as que atuam no âmbito da política, dentre elas- Roseana Sarney, Luiza Erundina e Marta Suplicy.

Em novembro do mesmo ano a revista *Veja* trouxe na capa a seguinte manchete “*Elas venceram!. No Brasil já há mais mulheres médicas e advogadas do que homens. Elas ficam com a maioria dos novos empregos no país. Ganharam a prefeitura em seis capitais. O salário delas cresce num ritmo mais rápido que o dos homens. Uma delas acaba de ser indicada para o Supremo Tribunal.*” O exemplo deixa claro haver mudanças nas posições que as mulheres estão ocupando no mercado de trabalho e sua representação na mídia escrita. Se nos primeiros exemplos citados havia um tom irônico, agora podemos observar um tom assertivo e até mesmo de respeito.

A revista *Exame* de 2001 trouxe na capa as perguntas: “*Até onde as mulheres conseguem chegar? A participação feminina no mercado de trabalho explodiu. Estudos mostram que elas têm melhor desempenho em carreiras executivas. O futuro parece ser cor-de-rosa. Então porque tão poucas atingem cargos de comando nas empresas?*” Esse questionamento feito pela revista é respondido em 2005 pela revista *Vida Executiva* em artigo cuja manchete é: “*A dona do dinheiro*” que trata da carreira da brasileira executiva vice-presidente do Bank Boston considerada “*a mulher mais poderosa do sistema financeiro*”.

Quanto ao nível de escolaridade da mulher, que acreditamos ser fundamental para competir, em nível de igualdade com o homem, no mercado de trabalho cada vez mais meritocrático, citamos, a seguir, o resultado de pesquisa recente feita pelo Ministério da Educação: “*Total de mulheres com doutorado cresce 104%. Pesquisa revela que de 1996 a 2003, a participação do sexo feminino em todos os níveis de educação cresceu mais do que o masculino*”.

O texto da manchete do jornal *O Estado de São Paulo* de março de 2005 que trouxe artigo intitulado “*Participação da mulher no mercado de trabalho bate recorde*” afirma que a escolaridade leva brasileiras ao topo de empresas. A média brasileira de mulheres

com cargos de administração e gerência em empresas chega a 44%, uma das mais altas taxas do mundo e bem acima da registrada no restante da América Latina.

Conclusão

Partindo da premissa que as imagens segundo as quais o leitor conduz seus julgamentos são, em grande parte, influenciados por revistas ou jornais que costuma ler, isto é, pela mídia, podemos afirmar que esta pode re-direcionar ou até alterar a visão de mundo do leitor, sendo que ambos refletem a ideologia e mudanças na cognição social de nossa sociedade.

As mudanças, num processo “on line”, na sociedade brasileira face a mulher profissional no final do século XX e início deste século podem ser observadas nas referências, por vezes irônicas, feitas nas manchetes e artigos citados neste trabalho. Os exemplos permitem observar, também, que para a mulher tornar-se empresária, vencer obstáculos e conquistar novos espaços é necessária capacitação e dedicação ao trabalho embora seja obrigada a enfrentar, por vezes, preconceitos socialmente introjetados.

Podemos observar, também, uma evolução na representação da mulher profissional que em 1995 é a *Mamãe Coragem* que enfrenta sustos e dificuldades para se estabelecer com profissional passando por diferentes etapas para em 2005 ter participação record no mercado de trabalho.

Os dados apontam, também, a importância da mídia na representação das mudanças não só no *script* mas na ideologia da sociedade brasileira inserida num mundo globalizado e moderno em constante processo e evolução.

Referências bibliográficas

- CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.
- FAIRCLOUGH, N. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- HALL, S. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Londres: Sage, 2000.
- HUYSEN, A. *Seduzido pela memória – arquitetura, monumentos e mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- RIBEIRO, A. P. G. *Fim do ano: tempo de lembrar*. In: Fausto Neto, Antonio e Pinto, Milton J. (org.) *O indivíduo e as mídias- ensaios sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Diadora/Compôs, 1996.
- VAN DIJK, T.A. Social Cognition and Discourse. (in) *Handbook of Language and Social Psychology*. Chichester: Wiley, 1990.
- VAN DIJK, T.A. *Discourse and Elite Racism*. London: Sage, 1993 (a)
- VAN DIJK, T.A. Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4 (2) 1993(b) p.249-283

Revistas e jornal:

Época 10 de março de 2000

Exame 10 de abril de 1996
Exame 30 de junho de 1997
Exame 05 de abril de 1999
Exame 24 de janeiro de 2001
Veja agosto de 1994 (número especial)
Veja 10 de outubro de 1995
Veja 25 de fevereiro de 1998
Veja 08 de novembro de 2000
Vida Executiva agosto de 2005
O Estado de São Paulo, março de 2005