



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

MÍDIA, SEXUALIDADE E IDENTIDADE DE GÊNERO¹

Márcia Coelho Flausino²

UniCEUB – Centro de Ensino Unificado de Brasília

Resumo: Discute-se a construção de discursos, colocados em evidência no espaço midiático, sobre o feminino. As mulheres-espetáculo são produtos à venda para serem consumidos a partir de estratégias do controle e vigilância do exercício da sexualidade. Parte-se da mídia como sítio em que a nova organização cultural pós-moderna ganha visibilidade, principalmente ao dar voz e imagem aos diferentes, e dentre estes a mulher, naturalizada como objeto do sexo, sexualidade em discurso permanente. O *diferente* em relação ao homem, porém com toda a carga dos fins mercadológicos que norteiam a lógica midiática.

Palavras-chaves: mídia, feminino, identidade de gênero.

¹ Trabalho apresentado no NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

² Mestra em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, Doutora em História pela mesma instituição. Coordenadora do curso de Comunicação Social do centro Universitário de Brasília – UniCEUB.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Construídas a partir da estrutura do melodrama, as mulheres-espetáculo, aquelas que ganham visibilidade na mídia, lá estão para serem consumidas, produtos de uma indústria cultural cujos objetivos mercadológicos são indiscutíveis. Esta forma de inserção no espaço social chamada consumo liga-se ao gênero e à sexualidade. Naturalizadas pela função reprodutiva, vão ter sua sexualidade definida, controlada e sancionada. Produtos de grande aceitação, estes discursos/ corpos-personagens ganham centralidade. De acordo com Foucault, os discursos sobre a sexualidade vão ganhar mundo como um dispositivo.

A composição das sexualidades, a incursão da sexualidade nos corpos é uma atividade midiática. Dá-se como um contexto cultural, até pela manutenção da audiência. Deixando de ser percebida como individual, a sexualidade será abordada a partir do exercício de relações de poder. Se os corpos são significados pela cultura, os produtos culturais midiáticos também vão ser alterados pela cultura, pelas mudanças de hábitos, por estilos de vida e lutas sociais, tendo como condição de produção o movimento feminista, pelas novas formas de prazer e pelas possibilidades de resistência.

A constituição das mulheres-espetáculo, corpos sexualizados na mídia, passará pela definição do gênero feminino e ganhará sentido nas redes de poder, das quais os meios de comunicação de massa fazem parte. Para Foucault³, a sexualidade é um dispositivo. Trata-se de uma criação compartilhada no social, historicamente definida por: produção de discursos sobre sexo; exercício correto; comportamentos desviantes. A mídia reverbera normatizações, instaura saberes, produz verdades, regula, hierarquiza. Foucault aponta:

*(...) um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas (...) o dito e o não-dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos.*⁴

Por essa noção de dispositivo pode-se garantir que no âmbito da cultura e da história se definem as identidades sociais, e o exercício da sexualidade interfere no movimento identitário. No espaço midiático, organizam-se identidades de gêneros, também

³ FOUCAULT, Michel. História da Sexualidade I – A Vontade de Saber. Tradução Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guillon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

⁴ FOUCAULT, Michel. História da Sexualidade. I, p. 244

pelo exercício da sexualidade. Ao se dizer identidades toma-se a noção no contexto pós-moderno, que não crê em identidades únicas, essenciais, imutáveis, mas em um processo que compreende diversos papéis em diferentes situações, instituições e grupos sociais.

Reconhecer-se numa identidade midiática é resposta, em termos de audiência, a uma interpretação da realidade e resposta que confirma a aceitação de pertencimento a um grupo social. Louro expõe a discussão sobre identidades e multiplicidade dessas identidades:

*Nada há de simples ou de estável nisso tudo, pois essas múltiplas identidades podem cobrar, ao mesmo tempo, lealdades distintas, divergentes ou até contraditórias. Somos sujeitos de muitas identidades. Essas múltiplas identidades sociais podem ser, também, provisoriamente atraentes e, depois, nos parecerem descartáveis; elas podem ser, então, rejeitadas e abandonadas. Somos sujeitos de identidades transitórias e contingentes. Portanto, as identidades sexuais e de gênero (como todas as identidades sociais) têm o caráter fragmentado, instável, histórico e plural.*⁵

A despeito dessa multiplicidade de identidades, a mídia tenta fixar determinadas identidades. O que parece ocorrer na mídia é: o que é agora é o que sempre foi. E a forma como elas exercem a sexualidade deve ser mantida. Identidades de gênero e identidades sexuais, ao contrário do que a mídia constrói, não são tão determinadas e evidentes. O processo de reconhecimento inscreve-se nas diferenças e em como implica na instituição de ordens do discurso, visto não haver relações de poder sem luta por hegemonia. A mídia quer sempre consenso, por razões mercadológicas.

Lembrando o conceito de lugar de fala, a construção das identidades midiáticas vai passar pelo lugar onde se reconhece *o outro*, com que se partilham as representações⁶ sobre o feminino e pelo modo de construção do exercício da sexualidade, segundo gênero e papéis esperados. Desse modo, as mulheres são representadas como heterossexuais, *gays* e

⁵ LOPES LOURO, Guacira. (Org.) *O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade*. Tradução de artigos: Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 1999, p. 12.

⁶No âmbito deste artigo, buscamos suporte para definir representações em Denise Jodelet, em seu artigo *Les Representations Sociales un Domaine en Expansion*. In: JODELET, Denise. (Ed.) *Les Representations Sociales*. Paris: Presses Universitaires de France, 1989, 31-61: “as representações são uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.” Em outras palavras: com relação ao objeto, de natureza social ou material, a representação está no seu lugar. É uma forma de saber que modeliza o objeto.

lésbicas são representados, minorias, seres desviantes do comportamento normal. Silva analisa:

Os diferentes grupos sociais utilizam a representação para forjar a sua identidade e as identidades dos outros grupos sociais. Ela não é, entretanto, um campo equilibrado de jogo. Através da representação se travam batalhas decisivas de criação e imposição de significados particulares: esse é um campo atravessado por relações de poder. (...) o poder define a forma como se processa a representação; a representação, por sua vez, tem efeitos específicos, ligados, sobretudo, à produção de identidades culturais e sociais, reforçando, assim, as relações de poder.⁷

Promovendo a circulação de algumas representações do feminino e do *correto* exercício da sexualidade, a mídia visibiliza uma política de identidade. Se consumir é forma de pensar e inserir-se no social, compra-se no gênero (masculino/feminino), como se faz com o estilo. Escolhe-se imagem feminina ou masculina, significando que a definição de gênero como mercadoria fica mantida. O ato de consumo do produto midiático ratifica a definição. Sobre a noção de consumo de gênero, refere-se Willis:

Quando o gênero é assimilado na mercadoria, é concebido como algo estabelecido e congelado: um certo número de atributos sexuais define e denota masculinidade e feminilidade na prateleira de um supermercado destinada às possibilidades genéricas.⁸

A noção de gênero como mercadoria relaciona-se à influência do consumo de mercadorias na construção do próprio gênero, ou na construção de suas representações. Se se faz parte da cultura de massa, na qual se sente a influência do consumo na infância e na forma como se escolhem os primeiros brinquedos, impossível perceber que o consumo midiático é sintomático. O ato de consumir determinados produtos da mídia denota o acordo com as representações ali encontradas.

A divisão perpetrada nas novelas, produtos reconhecidamente criados para o público feminino, cristaliza a noção de que alguns assuntos somente interessam às mulheres, nitidamente quando se fala de emoções e melodramas. É o trinômio mulher/emoção/natureza.

⁷ SILVA, Tomaz Tadeu. A poética e a política do currículo como representação. Trabalho apresentado no GT Currículo, na 21ª Reunião Anual da ANPEd, 1998.

⁸ WILLIS, Susan. *Cotidiano: para começo de conversa*. Tradução Elena Elizabeth Riederer e Guiomar Giménez Boscov. Rio de Janeiro: Graal, 1997, p. 35.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Tomando como premissa o trabalho midiático na definição social de identidades, é ponto de partida a perfeitamente possível noção de identidade coletiva. Conforme Esteves, a identidade coletiva pode ser não reificada:

*(...) a condição é que a mesma não seja definida em absoluta exterioridade ao indivíduo (coativa), isto é, uma concepção das identidades coletivas em que estas se apresentam como resultantes de processos sociais complexos de construção e definição de limites simbólicos, mantendo, pois, uma relação direta, mas sempre tensional com os indivíduos (com os seus interesses e expectativas), de tal modo que daí poderá sempre resultar uma transformação (não necessariamente repressiva) da identidade indivíduo, mas também do próprio grupo de que ele faz parte.*⁹

A principal consequência dessa adoção teórica é perceber a mídia como *locus* de reverberação e construção de identidades coletivas sobre o feminino. No atual sistema de consumo, onde imagens são produtos de primeira necessidade, as identidades coletivas recebem ostensiva ênfase de estilo, representação e exercício da sexualidade. Para construir identidade como mulher desta época, cabe consumir as imagens montadas na mídia, identidades coletivas que aspiram à hegemonia, sem contestar a fragmentação que define identidades individuais na pós-modernidade.

Espelho ou desafio, as imagens moldam o posicionamento social, levam por vezes ao consumo de imagens do feminino nos produtos culturais da televisão. Ao se assistir à noite a imagens das mulheres-espetáculo (seus grandes seios de silicone, suas “barrigas saradas”, seus relacionamentos afetivos, suas relações de trabalho, etc), vê-se a sustentação de uma estética que extrapola os padrões globais de qualidade, gêneros discursivos codificados, cujo realismo é paradigma da realidade e mesmo da própria representação. Os efeitos de realidade não são mero entretenimento. O trabalho de estabelecimento das identidades coletivas tem funções bem definidas, de acordo com Esteves:

O trabalho da identidade desenvolvido pelos media (sobretudo na televisão) cumpre funções básicas que tradicionalmente estavam consignadas ao mito: a reprodução cultural, a integração social e a socialização dos indivíduos (mesmo a mais primária, e cada vez mais). Estas funções são hoje em larga medida asseguradas pelos media, através da ampla oferta que proporcionam modelos de pensamento e de

⁹ ESTEVES, João Pissarras. Nova Ordem dos Media e Identidades Sociais. In: *Mídia e Processos Culturais*. São Leopoldo, RS, 2000, p. 12.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*ação, quadros simbólicos difundidos e impostos socialmente por processos de imitação e através de formas ritualizadas.*¹⁰

Esteves revela serem identidades socialmente úteis as que chegam via publicidade, moda e narrativas midiáticas. Pergunta-se: são socialmente úteis para quem? Prontas para fundamentar o funcionamento da vida coletiva, as representações do feminino na mídia tentam regular a conduta sexual, definem o certo e o errado, o desviante e o inusitado.

Por consumo de moda, de publicidade ou de produtos da mídia, as representações do feminino obedecem a uma lógica comercial convencional. Ordena-se a partir de uma estratégia global, com diferenciação de públicos e segmentação do mercado atuando como processos eficazes de homogeneização, visando ao lucro.

Nessa angulação esvazia-se o sentido de identidade na mídia. Há esforço rotineiro de neutralizar com tecnologias que codificam a identidade com propósitos (quanto ao feminino) de naturalização, obediência, manutenção de modelos comportamentais. É a regulação do exercício da sexualidade. Sobre audiência de produtos culturais recai a responsabilidade ética, porque se é sujeito hoje de um mundo regulado pela mídia. A ancoragem das representações sobre o feminino são postas em evidência.

SEXUALIDADE: AFETO, PRAZER E REPRODUÇÃO

Sexo, afeto e reprodução nem sempre estiveram juntos. Para Giddens, em estudos notáveis sobre sexualidade (escritos por homens) não havia menção a amor e a questões de gênero. Quando apareciam, eram adendos. Unicamente na atualidade as mulheres passaram a lutar por mudanças relacionadas a igualdade sexual e emocional, uma explosão conotativa quanto às formas preexistentes do poder do sexo.

A ascensão do amor romântico proporciona um estudo de caso das origens do relacionamento puro. Durante muito tempo, os ideais de amor romântico afetaram mais as aspirações das mulheres do que dos homens, embora, é claro, os homens também tenham sido influenciados por elas. O ethos do amor romântico teve um impacto duplo sobre a situação das mulheres. Por um lado, ajudou a colocar as mulheres “em seu lugar” – o lar. Por outro lado, entretanto, o amor romântico pode ser encarado como um compromisso ativo e radical com o “machismo”

¹⁰ ESTEVES, João Pissarras. Opus cit. p. 24.

*da sociedade moderna. O amor romântico pressupõe a possibilidade de es estabelecer um vínculo emocional durável com o outro, tendo-se como base as qualidades intrínsecas desse próprio vínculo.*¹¹

A reivindicação pelo prazer da mulher, a libertação da sexualidade essencialmente vinculada ao falo masculino, a limitação da família e do exercício da sexualidade para reprodução fluem para as reivindicações de prazer da mulher. As transformações põem em xeque um controle que começa a falhar. Em busca dele, as tecnologias de gênero, dentre as quais destacamos a mídia, começaram a tentar retornar à ordem anterior, a um modo operativo que garantisse a existência e a disseminação de discursos hegemônicos.

Se no século XIX, formar laços matrimoniais fundava-se em considerações além das econômicas para a maior parte da população, difundindo-se o ideal do amor romântico para libertar o vínculo conjugal dos laços de parentesco, no século XX o controle demográfico rompeu o círculo vicioso gravidez - parto, sexualidade - maternidade.

*(...) para as mulheres- e, em certo sentido, diferente também para os homens – a sexualidade tornou-se maleável, sujeita a ser assumida de diversas maneiras, e uma “propriedade” potencial do indivíduo. A sexualidade passou a fazer parte de uma progressiva diferenciação entre sexo e as exigências de reprodução. Com a elaboração adicional de tecnologias reprodutivas, essa diferenciação hoje em dia tornou-se completa. Agora que a concepção pode ser artificialmente produzida, mais que apenas artificialmente inibida, a sexualidade fica afinal plenamente autônoma. A reprodução pode ocorrer na ausência de atividade sexual; esta é uma “libertação” final para a sexualidade, que daí em diante pode tornar-se totalmente uma qualidade dos indivíduos e de suas relações mútuas.*¹²

Controle de natalidade, exercício de sexualidade sem consequência imediata de gravidez representou para as mulheres mudança cotidiana profunda. A sexualidade tornou-se maleável. Abriu-se, então, a questão da(s) identidade(s). As características fundamentais de identidade feminina, única, contestaram modelos preexistentes. Não era só a identidade sexual, mas questionar o exercício da sexualidade feminina confinada ao casamento, à heterossexualidade, à procriação.

Se as lutas feministas puseram em evidência as desigualdades e as diferenças, os discursos midiáticos deram visibilidade estratégica às mudanças de comportamento e às

¹¹ GIDDENS, Anthony. Opus cit. p. 10.

¹² Idem pp. 36-37.

institucionais. Se as mudanças aconteceram, foram os discursos sobre o feminino na rua que as mostraram. Pôr o sexo em discussão na mídia, exercitar a sexualidade *sadia* é tomar posição. Tratar sexo não como transgressão, mas como receita médica ratificada pela autoridade que não nega as marcas de caráter repressivo e didático. Ou, por outro lado (mas talvez do mesmo lado...), tratar o sexo como forma de inserção no social, que determina quem merece e quem não merece respeito, direito à dignidade.

Foucault fornece suporte teórico, ao se falar de opressão sexual:

O enunciado da opressão e a forma da pregação referem-se mutuamente; reforçam-se reciprocamente. Dizer que o sexo não é reprimido, ou melhor, dizer que entre sexo e o poder a relação não é de repressão, corre o risco de ser apenas um paradoxo estéril.

(...) Trata-se (...) de interrogar o caso de uma sociedade que desde há mais de um século se fustiga ruidosamente por sua hipocrisia, fala prolixamente de seu próprio silêncio, obstina-se em detalhar o que não diz, denuncia os poderes que exerce e promete liberar-se das leis que a fazem funcionar.

(...) o ponto essencial (pelo menos em primeira instância) não é tanto saber o que dizer ao sexo, sim ou não, se formular-lhe interdições ou permissões, afirmar sua importância ou negar seus efeitos, se policiar ou não as palavras empregadas para designá-lo; mas levar em consideração o fato de se falar de sexo, quem fala, ou lugares e os pontos de vista de que se fala, as instituições que incitam a fazê-lo, que armazenam e difundem o que dele se diz, em suma, o “fato discursivo” global, a “colocação do sexo em discurso”.¹³

Isto interessa: como a mídia eleva o sexo ao discurso, como evidencia o exercício da sexualidade feminina, que interdições ratifica, que comportamentos incentiva, que representações da mulher engendra e que identidades coletivas põe em pauta. O desejo é construído como? Como o poder controla o prazer cotidiano? De que forma se incita o sexo? Se segundo Foucault, foram engendradas regras de decência, palavras foram filtradas e se controlaram enunciações, na mídia existem marcas de quando/onde se pode (ou não) falar de sexo, em que situações, com quais interlocutores e em quais relações sociais. Para ter acesso a este controle, basta passar uma noite em frente à televisão e assistir aos capítulos de uma novela ou mesmo um telejornal. Mocinhas que devem se manter respeitáveis, jovens que sofrem estupros, mas que poderiam evitá-lo – o que afinal, faziam fora de casa, locus de segurança doméstica? Se estão no crime é porque se

¹³ FOUCAULT, Michel. História da sexualidade. Volume 1 – p.p. 13-16

apaixonaram pelo homem errado, não porque desejam um homem que, por sorte ou azar, é um criminoso. Se praticam o adultério é somente porque foram obrigadas a se casar sem amor.

A proliferação de discursos sobre sexo acelerada no século XVIII foi condição de produção de discursos sobre sexualidade feminina na série. No consultório médico ou no confessionário a sexualidade é confessa. No consultório midiático, na entrevista ou no reality show a confissão ganha a praça pública, às vezes a execração. Sobre discurso de confissão, Foucault expressa:

*Coloca-se um imperativo: não somente confessar os atos contrários à lei, mas procurar fazer de seu desejo, de todo o seu desejo, um discurso. Se for possível, nada deve escapar a tal formulação, mesmo que as palavras empregadas devam ser cuidadosamente neutralizadas. (...) Deve-se falar do sexo, e falar publicamente, de uma maneira que não seja ordenada em função de demarcação entre o lícito e o ilícito, mesmo se o locutor preservar para si a distinção (...); cumpre falar de sexo como de uma coisa que não se deve simplesmente condenar ou tolerar mas gerir, inserir em sistemas de utilidade, regular para o bem de todos, fazer funcionar segundo um padrão ótimo.*¹⁴

Se de conformidade com Foucault, no confessionário e no consultório tudo deve e pode ser dito. Na mídia tudo deve ser exposto, em detalhes, ou mesmo mostrado em diversos ângulos, ainda que esse *tudo* aconteça debaixo do edredon. E buscamos suporte em Giddens quando ele afirma que o exercício da sexualidade não é uma decisão tomada no vácuo, é modelada e limitada pela realidade em que se inserem os indivíduos. Na nossa sociedade contemporânea vai ser modelada e divulgada, mesmo fustigada pela mídia. Assim, se existe relação de identidade entre o que a pessoa é e o que consome, existe também entre *o que faz* na cama e *com quem faz*, além do que pensa de si.

As representações das mulheres, suas identidades coletivas definidas no espaço midiático, são cercadas de interditos: não só deve ser uma mulher respeitável, para a qual existe clara demarcação entre casa e rua (onde está o sexo), como deve controlar suas práticas sexuais. Construção simbólica e social, as identidades femininas desembocam na questão da mulher, que deve (ou não) ser respeitada por conduta moral. A exigência, no comportamento sexual masculino, não tem equivalência. Heilborn aborda a questão:

¹⁴ Idem. pp. 24-26.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A sexualidade não tem o mesmo grau de importância para todos os sujeitos. Mais do que um recurso explicativo baseado em diferenças psicológicas, essa variação é efeito de processos sociais que se originam no valor que a sexualidade ocupa em determinados nichos sociais e nos roteiros específicos de socialização com que as pessoas se deparam. A cultura (em sentido lato) é a responsável pela transformação dos corpos em entidades sexuadas e socializadas, por intermédio de redes de significados que abarcam categorizações de gênero, do orientação sexual de escolha de parceiros. Valores e práticas sexuais modelam, orientam e esculpem desejos e modos de viver a sexualidade, dando origem a carreiras sexuais/amorosas. (...) O regime das relações de gênero, prescrevendo condutas adequadas para homens e mulheres, intervém de maneira inequívoca nesse cenário (...), modelando a percepção de si a partir do julgamento dos pares. (...) as categorias de classificação do feminino apõem as mulheres “fáceis”, que “dão mole”, as “piranhazinhas”, e as mulheres “para casar”. Esse parâmetro ordena o modo como os homens se aproximam das figuras femininas.¹⁵

Depreende-se que a definição da identidade feminina se define também na apreensão que os outros têm de sua conduta sexual. Se para os homens a construção da representação homem/macho passa por correlações entre atividade sexual e gênero, para a mulher as correlações também vão estar presentes, mas para desvalorizá-la. Coloca-se em evidência a noção bastante utilizada no senso comum: a representação da mulher segundo *a honra*. Percebe-se que embora se rotulem as mulheres pelo comportamento sexual (*assassinadas por serem adúlteras, em nome da honra do marido*), o dicionário brasileiro mais famoso defere *honra* somente em relação aos homens. Das citações sobre os significados da palavra, nenhuma usa *honra* para a mulher. Num dos significados, *honestidade, pureza, castidade, virgindade*¹⁶, sequer se pode pensar no homem cuja honra se defina por sua virgindade, sua castidade e sua pureza. Tem-se uma construção de sentidos atribuídos à conduta da mulher. Sua castidade e sua pureza, relacionadas a seu conhecimento e à prática de sexo, é que estão em jogo.

Fonseca¹⁷ comenta que nas etnografias sobre *honra* existe a suposição de que mulheres construam sua identidade em torno dos ideais de honra familiar: castidade e

¹⁵ HEILBORN, Maria Luiza. Construção de si, gênero e sexualidade. In: HEILBORN, M. L. (Org.) *Sexualidade – O Olhar das Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999, pp. 40-42.

¹⁶ Novo Dicionário da Língua Portuguesa – 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986, p. 905.

¹⁷ FONSECA, Cláudia. Honra, humor e relações de gênero: um estudo de caso. In: COSTA, Albertina de Oliveira e BRUSCHINI, Cristina (Orgs.) *Uma Questão de Gênero*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992, p. 311



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

pudor¹⁸. Mesmo não sendo possível comprovar esta hipótese no espaço desta pesquisa, inferências são importadas do estudo de caso feito por Fonseca com mulheres de classe baixa, no Rio Grande do Sul. Para Fonseca, há dois tipos de julgamento: um para a mulher de classe baixa, outro para a de classe média. Na classe média, o posicionamento sobre a honra sofre deslocamentos:

Aqui (Vila São João) a moralidade sexual é raramente evocada para difamar uma mulher. Em toda a zona estudada, existem só duas ou três mulheres, mães solteiras ou mulheres de múltiplos parceiros, regularmente criticadas. A implicação é que, por serem mais estúpidas do que imorais, não foram capazes de arrumar um parceiro adequado e condenaram assim seus filhos a uma vida miserável. O comportamento sexual das mulheres não constitui normalmente uma categoria de acusação nem mesmo de zombaria.

(...) No modelo da classe média, o pudor sexual dos jovens, o bom tom que abafa o lado pragmático das alianças matrimoniais, a vergonha silenciosa que cerca o adultério – o “não-dito”- encobre um valor familiar fundamental, a santidade do laço conjugal. Da mesma maneira, nas regiões mediterrâneas, a descrição sobre a intimidade familiar é indispensável para a conservação da honra masculina. Nos dois casos, o segredo depende de uma separação nítida (simbólica e física) entre os espaços público e privado.¹⁹

A participação da mídia como tecnologia de gênero é evidenciada. Na constituição de masculinos e femininos. Couto discute:

¹⁸ A pesquisa aqui mencionada foi realizada junto a mulheres de baixa renda residentes no Rio Grande do Sul, na Vila São João.

¹⁹ FONSECA, Cláudia. Opus cit. pp- 315-322.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*(...) práticas e linguagens constituíam e constituem sujeitos femininos e masculinos; formam – e são – produtivas de “marcas”. Homens e mulheres adultos contam como determinados comportamentos ou modos de ser parecem ter sido “gravados” em suas histórias pessoais. Para que se efetivem essas marcas, um investimento significativo é posto em ação: família, escola, mídia, igreja, lei participam dessa produção. Todas essas instâncias realizam uma pedagogia, fazem um investimento que freqüentemente, aparece de forma articulada, reiterando identidades e práticas; outras vezes, contudo, essas instâncias disponibilizam representações divergentes, alternativas contraditórias. A produção dos sujeitos é um processo plural e também permanente.*²⁰

O processo de produção de sujeitos pela mídia destaca-se pela multiplicidade. Os receptores participam na construção de suas identidades. Na constituição de homens e mulheres, mesmo que não sejam conscientes, há um trabalho contínuo para determinarem suas formas de ser ou estilos de vida, incluindo o exercício da sexualidade. Existe um processo de escolha, porém dentro de um quadro de opções fornecido.

Louro, a despeito das limitações que talvez existam num investimento cultural feito pelos sujeitos, diz que toda sociedade objetiva *fixar* uma identidade masculina e uma feminina considerada normal e duradoura.

A mídia, ao dar visibilidade a determinados discursos construídos sobre o feminino coloca em evidência estratégias de disciplinamento em que vergonha e culpa caminham juntas. Para Foucault, o dispositivo da sexualidade que poderia ter sido utilizado de forma positiva ganha caráter privado, deixando para trás a dimensão social e a política.

Em depoimento a Riggins, Foucault fez uma arqueologia dos discursos sobre o sexo, tomando-os da seguinte forma em *História da Sexualidade*:

*(...) uma relação entre o que fazemos, o que estamos obrigados a fazer, o que nos está permitido fazer, o que nos está proibido fazer no campo da sexualidade; e o que está proibido, permitido, ou é obrigatório dizer sobre nosso comportamento sexual.*²¹

Com esta noção como suporte teórico, pode-se entender que a mídia põe em discurso o sexo e sua estratégia. A mulher-espetáculo faz escolhas, mas se sujeita aos valores inculcados pedagogicamente pela sociedade que lhe controla a sexualidade.

²⁰ LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da Sexualidade. In: *O Corpo Educado – Pedagogias da sexualidade*. LOURO, Guacira Lopes (Org.) Belo Horizonte: Autêntica, 1999, p. 25.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Ainda tomando Foucault podemos terminar esta breve discussão teórica sobre a mulher feita espetáculo midiático quando ele analisa a dieta dos prazeres, a regulação da prática sexual:

Mas de toda maneira é o ato masculino que determina, atíça, domina. É ele que determina o exercício do prazer. É ele também que garante a saúde dos órgãos femininos assegurando seu bom funcionamento. (...) A penetração pelo homem e a absorção do esperma são para o corpo da mulher o princípio do equilíbrio de suas qualidades e a chave para o escoamento necessário de seus humores.

Esse esquema “ejaculatório” através do qual se percebe toda a atividade sexual – e em ambos os sexos – mostra, evidentemente, a dominação quase exclusiva do modelo viril. O ato feminino não é exatamente o seu complemento; é antes o duplo, mas sob a forma de uma versão enfraquecida, que dele depende tanto para a saúde quanto para o prazer.²²

Apreende-se em Foucault que se para a mulher o sexo é necessário como saúde, quase utilitário, ao homem resta a dominação de uma atividade que só acontece a contento se ele quiser. O homem é a versão forte. A atividade sexual, embora haja o interdito à declaração do desejo, acontece pela vontade manifesta do parceiro. Os usos dos prazeres têm forma diferenciada nos gêneros, por meio de uma dieta imposta às mulheres pela moralidade.

Com diferenciação assim, concluindo que o gênero é uma das dimensões centrais da sociedade, dimensão cultural articulada num campo representacional que envolve a todos antes do nascimento, o peso dessas representações das mulheres-espetáculo (mulher honesta, por exemplo) faz parte de um processo de construção, inclusão e exclusão social.

BIBLIOGRAFIA

- Butler, Judith.** *Gender Trouble – Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge 1989
- Canclini, Nestor.** *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995
- Carneiro, Agostinho Dias (Org.).** *O Discurso da Mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996

²¹ FOUCAULT, Michel. Diálogo com Stephen Riggins. In: Gregorio Kaminski (Org.) *El yo minimalista. Conversaciones con Michel Foucault*. Buenos Aires: La marca, 1996, p. 91.

²² FOUCAULT, Michel. Diálogo com Stephen Riggins. In: Gregorio Kaminski (Org.) *El yo minimalista. Conversaciones con Michel Foucault*. Buenos Aires: La Marca, 1996, p. 91.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- Castoriadis, Cornelius** . *A Instituição Imaginária da Sociedade*. São Paulo, Editora Paz e Terra, 1982
- Cohn, Gabriel** (Org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Nacional, 1977
- Costa, Albertina Costa & Bruschini, Cristina** (Orgs.). *Uma Questão de Gênero*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos; São Paulo: Fundação Carlos Chagas, 1992
- Debord, Guy**. *A Sociedade do Espetáculo – Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997
- De Lauretis, Tereza**. *A tecnologia do gênero*. In: Buarque de Hollanda, Heloísa. (Org.) *Tendências e Impasses – O feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994
- Dottin-Orsini, Mireille**. *A Mulher que eles chamavam fatal: textos e imagens da mosiginia fin-de- siècle*. Tradução Ana Maria Scherer. Rio de Janeiro: Rocco, 1996
- Duby, Georges**. *Amor e Sexualidade no Ocidente - Pequena História*. Tradução Ana Paula Faria. Portugal: Terramar. s.d.
- Eco, Umberto**. *Lector in Fabula- A cooperação interpretativa nos textos. narrativos*. São Paulo. Ed. Perspectiva, 1979
- Eco, Umberto**. *Seis Passeios nos bosques da ficção*. São Paulo. Ed. Perspectiva, 1994
- Eco, Umberto**. *Obra Aberta – Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. Tradução Giovanni Cutolo. São Paulo: Perspectiva: 1997
- Featherstone, Mike**. *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. Tradução Júlio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995
- Featherstone, Mike**. *O Desmanche da Cultura – Globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1997
- Flax, Jane**. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: Buarque de Hollanda, Heloísa. (Org.) *Pós-modernismo e Política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991
- Foucault, Michel**. *Arqueologia do Saber*. Tradução brasileira, Petrópolis-RJ: Vozes, 1972
- Foucault, Michel**. *Historia de la sexualidad – 2. O uso dos prazeres*. Tradução Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1984
- Foucault, Michel**. *Historia de la sexualidad – 3. La inquietud de sí*. Madrid. Siglo veintiuno de españa Editores, s.a., 1987
- Foucault, Michel**. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*, tradução Lígia M. Pondé Vassallo. Petrópolis: Vozes, 1987
- Foucault, Michel**. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro. Editora Graal, 1992
- Foucault, Michel**. *As palavras e as coisas*. São Paulo. Ed. Martins Fontes, 1992
- Foucault, Michel**. *Saber y Verdad - de Genealogía del Poder - Espanha*. Las Ediciones de la Piqueta, 1991
- Foucault, Michel**. *A Ordem do Discurso – Aula inaugural no Collège de France*, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução Lígia Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996
- Foucault, Michel**. Diálogo com Stephen Riggins. In: Gregorio Kaminsk (Org.) *El yo minimalista. Conversaciones con Michel Foucault*. Buenos Aires: La Marca, 1996, p. 91.
- Foucault, Michel**. *Resumo dos cursos de Collège de France (1970-1982)*. Tradução Andréa Daher, consultoria Roberto Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997
- Freitag, Bárbara**. *A Teoria Crítica Ontem e Hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1993
- Gentil, Cristine**. *Novo Casal*, Jornal Correio Braziliense, Caderno Coisas da Vida, 4 de agosto de 2000.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- Giddens, Anthony.** *As Consequências da Modernidade. Tradução Raul Fiker. São Paulo: UNESO Ed., 1991*
- Giddens, Anthony.** *A Transformação da Intimidade – Sexualidade, amor e erotismo nas Sociedades Modernas. São Paulo: UNESP Ed., 1993*
- Haraway, Donna J.** *Ciencia, Cyborgs y Mujeres – La reinvencción de la naturaleza. Madrid: Cátedra (Universidad de la Mujer/Instituto de la Mujer), 1991*
- Heilborn, Maria Luiza (Org.).** *Sexualidade – O olhar das ciências sociais. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999*
- Jodelet, Denise.** Les Representacions Sociales un domaine en Expansion. In: Jodelet, Denise. (Ed.) *Les Representacions Sociales*. Paris: Presses Universitaires de France, 1989
- Jovchelovitch, Sandra.** Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: *O conhecimento cotidiano - As Representações Sociais na Perspectiva da Psicologia Social, Mary Jane Spink (Org.)*. São Paulo. Editora Brasiliense, 1993
- Kehl, Maria Rita.** Imaginário e pensamento. In: *Sujeito, o lado oculto do receptor*. Mauro Wilton de Sousa (Org.). São Paulo. ECA/USP/ Editora Brasiliense, 1995
- Lima, Gabriel & Camacho, Marcelo.** *A Novela que Hipnotiza o País*. Revista Veja, São Paulo, Ed. Abril, Ed. 1682, ano 34, nº 01, 10 de janeiro de 2001.
- Lins, Daniel.** *A Dominação Masculina Revisitada*. Tradução Roberto Leal Ferreira. Campinas, SP: Papirus, 1998
- Louro, Guacira Lopes.** *Gênero, Sexualidade e Educação – Uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997
- Louro, Guacira Lopes.** *O Corpo Educado – Pedagogias da Sexualidade*. Tradução Tomas Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 1999
- Magno, A. B.** *Mudanças Radicais – Padrões ultrapassados*. Jornal Correio Braziliense, Primeiro Caderno, 23 de julho de 2000.
- Manoel Carlos abre o jogo*. Revista Contigo!. São Paulo: Editora Abril, ed. nº 1302/0014, 29 de agosto de 2000.
- Mattelart, Michèle & Armand.** *O Carnaval das Imagens – A Ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1989
- Morin, Edgar.** *Cultura de Massas no século XX – O espírito do tempo – I – Neurose*. Tradução Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984
- Orlandi, Eni Pulcinelli.** *Discurso e Leitura*. São Paulo, Cortez, 1988
- Orlandi, Eni Pulcinelli.** *A Linguagem e seu Funcionamento – As formas do discurso*. Campinas, SP: Pontes, 1996
- Orlandi, Eni Pulcinelli.** *Análise de Discurso – Princípios & Procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999
- Oroz, Silvia.** *Melodrama: o cinema de lágrimas na América Latina*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1992
- Pallares-Burke, M.L.** et al. *A nova onda do feminismo*. Jornal Folha de São Paulo, Caderno Mais!, São Paulo, 15 de outubro de 2000
- Perrot, Michelle.** *Os Excluídos da História – Operários, mulheres e prisioneiros*. Tradução Denise Bootmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988
- Perrot, Michelle.** *Mulheres Públicas*. Tradução Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 1998



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- Sá, Celso Pereira de.** *Sobre o núcleo central das representações sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996
- Saffioti, Heleieth I. B.** *O Poder do Macho*. São Paulo: Moderna, 1987
- Schpun, Mônica Raisa** (Org.). *Gênero sem Fronteiras. Oito olhares sobre mulheres e relações de gênero*. Florianópolis: Editora Mulheres, 1997
- Silva, Tomaz Tadeu da.** *Identidade e Diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000
- Spink, Mary Jane** (Org.). *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano – Aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo: Cortez, 1999
- Strey, Marlene Neves** (Org.). *Mulher – Estudos de Gênero*. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 1997
- Teixeira Coelho.** *Dicionário Crítico de Política Cultural – Cultura e Imaginário*. São Paulo: FAPESP, 1997
- Thompson, John B.** *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995
- Willis, Susan.** *Cotidiano: para começo de conversa*. Tradução Elena Elizabeth Riederer e Guiomar Giménez Boscov. São Paulo: Graal, 1997
- _____. *Revista Cidadania e Feminismo – Debate Feminista*. Impressa e encadernada na Gráfica da Cia. Melhoramentos de São Paulo, São Paulo, 1999.