



## DISCURSO E PODER: A MUDIATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE GÊNERO

Marli Marlene Moraes da Costa<sup>1</sup>

Marcele Camargo D'Oliveira<sup>2</sup>

Mariane Camargo D'Oliveira<sup>3</sup>

### RESUMO

A (des)construção de sistemas persuasivos perpassa, sobremaneira, pelo discurso e é mediante a sua utilização que muitos mitos e verdades vão sendo, paulatinamente, sedimentados e, ao depois, reproduzidos. Embasada nestas ideias, a presente pesquisa, de cunho qualitativo e caráter bibliográfico, busca investigar a influência exercida pelo discurso em decorrência da midiática das relações de gênero em um enfoque contemporâneo. Pretende-se abordar esta temática partindo da premissa de que as relações de poder são cultural e socialmente construídas, sendo que o discurso prático reforça o pensamento de dominação masculina e a mulher acaba sendo subjugada. Nesse sentido, entende-se que se realizará incursão em um tema central. Desta forma, através de uma perspectiva teórica consistente e com suporte nos conceitos trazidos, especialmente, por Simone de Beauvoir, Pierre Bourdieu e Jürgen Habermas, os quais articulam teorias sobre gênero, poder, dominação masculina e linguagem, propõe-se analisar a necessidade de revigorar os atuais discursos pragmáticos a favor da igualdade substancial, porquanto o silenciamento das mulheres é justamente a principal estratégia da dominação. Ao final, os resultados revelaram que o manejo de um discurso igualitário é fundamental para que se compreenda e se busque desfragmentar a assimetria de gênero que informa as práticas culturais midiáticas cotidianas. Palavras-chave: Espaço Social. Hegemonia. Desfragmentação. Linguagem.

### ABSTRACT

The (de)construction of persuasive pervades systems, above all, by the speech and its use is subject to many myths and truths are being gradually, sedimented, and the later play. Based on these ideas, the present study, a qualitative and bibliographical, investigates the influence of the discourse as a result of media coverage of gender relations in a contemporary focus. It is intended to address this issue on the assumption that power relations are culturally and socially constructed, and the practical discourse reinforces the thought of male domination and the woman ends up being subdued. In this sense, means to be held raid on a central theme. Thus, through a consistent theoretical perspective and support the concepts brought especially by Simone de Beauvoir, Pierre Bourdieu and Jürgen Habermas, which articulate theories about gender, power, domination and language, proposes to examine the need for strengthen the current pragmatic discourse in favor of substantive equality, as the silencing of women is precisely the main strategy of domination. Finally, the results revealed that the management of an egalitarian discourse is fundamental to understanding and seek defragment the gender asymmetry that informs the media everyday cultural practices. Key-words: Social Space. Hegemony. Defragmentation. Language.

<sup>1</sup> Pós-doutora pela Universidade de Burgos/Espanha, com Bolsa da Capes. Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Programa de Pós-Graduação em Direito na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Prof.<sup>a</sup> na Graduação em Direito na Fundação Educacional Machado de Assis - FEMA em Santa Rosa. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Direito, Cidadania e Políticas Públicas" da UNISC. Psicóloga com Especialização em Terapia Familiar. Autora de livros e artigos em revistas especializadas. E-mail: [marlicosta15@yahoo.com.br](mailto:marlicosta15@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Acadêmica do 5º semestre do Curso de Direito da Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ). E-mail: [marcelecarnagod@gmail.com](mailto:marcelecarnagod@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Graduada em Direito pela Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ). Advogada. E-mail: [maricarnagod@gmail.com](mailto:maricarnagod@gmail.com)



## INTRODUÇÃO

A (des)construção de sistemas persuasivos perpassa, sobremaneira, pelo discurso e é mediante a sua utilização que muitos mitos e verdades vão sendo, paulatinamente, sedimentados e, ao depois, reproduzidos. O produto histórico culmina, assim, na forma como a abordagem midiática dos fatos, e aqui mais especificamente das relações de gênero, é realizada, bem como a sua influência na conjuntura social. Percebe-se que, conforme elucidam Funck e Widholzer (2005, p. 10-11), tornou-se politicamente necessário olhar para o discurso como o *locus* privilegiado de representação. Como enfatizaram várias estudiosas do feminismo das décadas de 1980 e 1990, as histórias que contamos e o modo como nos imaginamos e nos representamos têm fortes implicações políticas, uma vez que o discurso é também um importante lugar de contestação de práticas sociais naturalizadas. Nesse ponto, os estudos contemporâneos de gênero e da cultura em geral têm suas bases solidamente firmadas na materialidade do discurso.

Embasada nestas ideias, a presente pesquisa, de cunho qualitativo e caráter bibliográfico, busca investigar a influência exercida pelo discurso em decorrência da midiaticização das relações de gênero em um enfoque contemporâneo. Pretende-se abordar esta temática partindo da premissa de que as relações de poder são cultural e socialmente construídas, sendo sob o discurso prático ainda perpassa o imaginário de dominação masculina e a mulher, por conseguinte, como ser subjugado. Entende-se que se fará incursão em tema tão central e que, por isso mesmo, merece atenção. Desta forma, através de uma perspectiva teórica consistente e com suporte nos conceitos trazidos, especialmente, por Simone de Beauvoir, Pierre Bourdieu e Jürgen Habermas, os quais articulam teorias sobre gênero, poder, dominação masculina e linguagem, propõe-se analisar a necessidade de revigorar os atuais discursos pragmáticos a favor da igualdade substancial, porquanto o silenciamento das mulheres é justamente a principal estratégia da dominação.

### 1. AS RELAÇÕES DE PODER ENQUANTO MEIO DE REVIGORAMENTO DA DICOTOMIA HOMEM-MULHER

Continuamente as mulheres foram subjugadas por seus pares em virtude dos modelos que foram construídos a partir de relações de poder. Ocorre que a exclusão da mulher, legitimada tanto pela família e pela Igreja, quanto pelo Estado, foi, por longo período



temporal, a forma clarividente de dominação masculina. Assim, durante séculos, a mulher esteve às sombras, eis que ela própria não se via como um sujeito capaz e igual. Devido à força impositiva destas relações, a dicotomia homem-mulher reforçou-se, de modo primordial porque arquitetada sobre uma estrutura predominantemente masculina, em que a dominação, de modo constante, fez as vezes. A respeito desta problemática, alude Bourdieu (2007, p. 18) que a força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificção: a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem a legitimá-la. A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça.

Então, nesta perspectiva, a mulher, em ocasiões pontuais, subverteu a ordem daquilo que lhe foi imposto, insurgindo-se contra o sistema de dominação masculina. Foram muitos anos de passividade e, em consequência disso, de corroborção deste padrão, ou seja, de robustecimento da submissão. A própria mulher acreditava ser inferior ao homem e, desse modo, compactuava com este paradigma, inclusive educando seus filhos e filhas neste modelo. Isto porque, como ressalta Scott (2010, p. 73), “a subdivisão e a fragmentação de tarefas encerram potenciais relações assimétricas de poder, habilidade, conhecimento e recompensa econômica. Poder e classe são fundamentais para sua análise politicamente crítica”. Seguindo esta linha de raciocínio, Bourdieu (2007, p. 44) retrata que a visão androcêntrica é assim ininterruptamente justificada pelas próprias práticas que ela determina: pelo fato de suas disposições resultarem da incorporação do *preconceito desfavorável* contra o feminino instituído na ordem das coisas, as mulheres não podem senão confirmar seguidamente tal preconceito.

Pode-se dizer, nessa direção, que a dominação masculina aconteceu – e agora ocorre com menos abrangência – pela conjugação de diversos fatores. Insta analisar que, durante certos lapsos temporais, determinados grupos sociais se sobrepuseram a outros em razão da desigualdade numérica e do emprego da força, entre outras. Quanto a esta questão, é interessante trazer o entendimento de Silva (1995, p. 21) de que ficamos então adstritos ao eterno círculo vicioso: a dominação produz a dependência em todos os seus níveis; e a dependência em todos os seus níveis produz a dominação. É um mecanismo ideológico cruel, usado em sua plena intencionalidade, e a grande perversão é que a situação é legalizada via sistema jurídico e legitimada pela violência simbólica, aparato que o Direito detém e é acionado periodicamente, em épocas que se identificam com diástoles e sístoles, compressão



e descompressão, oriundas das próprias pressões sociais, dos sindicatos, dos movimentos de vanguarda que reivindicam a transformação do sistema.

Inobstante, sucedeu-se que os homens sempre foram os protagonistas da História e impuseram a subserviência. E nesta esteira assevera Beauvoir (1986, p. 17) que a ação das mulheres nunca passou de uma agitação simbólica, só ganharam o que os homens concordaram em lhes conceder, elas nada tomaram; elas receberam. Isso porque não têm os meios concretos de se reunir em uma unidade que se afirmaria em se opondo. Não têm passado, não têm história nem religião própria [...]. Vivem dispersas entre os homens, ligadas pelo habitat, pelo trabalho, pelos interesses econômicos, pela condição social a certos homens – pai ou marido – mais estreitamente do que a outras mulheres. Constata-se, desta maneira, que os homens: superpuseram a inferioridade das mulheres em detrimento da igualdade, utilizaram o emprego da força física e se valeram de diversos argumentos, com o escopo primordial de dominar, humilhar e subjugar. Ainda, Beauvoir (1986, p. 21-22) retrata, de maneira cristalina, esta conjuntura, explanando que, a fim de provar a inferioridade da mulher, os antifeministas apelaram não somente para a religião, a filosofia, a teologia, como no passado, mas ainda para a ciência (biologia, psicologia experimental, etc.). Quando muito, consentia-se em conceder ao outro sexo “a igualdade dentro da diferença”. Quer se trate de uma raça, de uma casta, de uma classe, de um sexo reduzidos a uma condição inferior, o processo de justificação é o mesmo. [...] Mas há profundas analogias entre a situação das mulheres e a dos negros: umas e outros emancipam-se hoje de um mesmo paternalismo, e a casta anteriormente dominadora quer mantê-los “em seu lugar”, isto é, no lugar que escolheu para eles.

Analisando sob este aspecto, denota-se que as questões de gênero sempre foram trabalhadas de forma desfavorável para as mulheres, as quais sofreram – e ainda sofrem – uma opressão milenar. É inegável, pois, que não há lugar algum no mundo em que as mulheres não tenham sofrido algum tipo de discriminação e não tivessem sido alvo de inúmeros preconceitos. Bourdieu (2007, p. 41) analisa que as divisões constitutivas da ordem social e, mais precisamente, as relações sociais de dominação e de exploração que estão instituídas entre os gêneros se inscrevem, assim, progressivamente, em duas classes de *habitus* diferentes, sob a forma de *hexis* corporais opostos e complementares e de princípios de visão e de divisão, que levam a classificar todas as coisas do mundo e todas as práticas segundo distinções redutíveis à oposição entre o masculino e o feminino. Com efeito,



verifica-se que, sob o paradigma científico, a condição feminina foi sempre explicada pelo viés reducionista, visto que a enquadravam apenas nas funções reprodutivas ou diferenças genéticas. O princípio da inferioridade e da exclusão da mulher, que o sistema mítico-ritual ratifica e amplia, a ponto de fazer dele o princípio da divisão de todo o universo, não é mais que a dissimetria fundamental, a *do sujeito e do objeto, do agente e do instrumento*, instaurada entre o homem e a mulher no terreno das trocas simbólicas, das relações de produção e reprodução do capital simbólico, cujo dispositivo central é o mercado matrimonial, que estão na base de toda a ordem social: as mulheres só podem aí ser vistas como objetos, ou melhor, como símbolos cujo sentido se constitui fora delas e cuja função é contribuir para a perpetuação ou o aumento do capital simbólico em poder dos homens, de acordo com o que afirma Bourdieu (2007, p. 55).

Nesse sentido, é pertinente trasladar o pensamento de Scott (2010, p. 91), ao elucidar que as relações de gênero foram conceitualizadas como enraizadas na forma como a produção e a reprodução eram organizadas na sociedade, onde as mulheres são associadas à reprodução e os homens, à produção. A ideologia de gênero e as diferenças materiais dos papéis reprodutivos de homens e mulheres eram apresentadas como uma forma de explicar o motivo pelo qual as sociedades capitalistas eram caracterizadas por desigualdades de gênero. Logo, toda essa não-valorização da mulher é resultado da inserção de uma cultura: a mitificação do gênero. Defluindo, inclusive, por estar imersa em uma relação de poder, vista como natural, já que, conforme Bourdieu (2007, p. 47), os dominados aplicam categorias construídas do ponto de vista dos dominantes. Ou, em outros termos, quando os esquemas que eles põem em ação para se ver e se avaliar, ou para ver e avaliar os dominantes (masculino/feminino, branco/negro), resultam da incorporação de classificações, assim naturalizadas, de que seu ser social é produto. A dominação masculina encontra, assim, reunidas todas as condições de seu pleno exercício.

Não se pode esquecer que estas estruturas de dominação – impostas pelos homens e ratificadas pelas mulheres – foram sendo, constantemente, objeto de socialização, uma vez que houve a internalização desta cultura de forma contínua ao longo dos séculos. E isso se deve ao fato de que as mulheres foram se abnegando em decorrência das relações de poder, inclusive, considerando como natural a diferenciação inculcada. Nesse sentido, ressalta Bourdieu (2007, p. 98) que a dominação masculina encontra um de seus melhores suportes no desconhecimento, que favorece a aplicação, ao dominante, de categorias de pensamento



engendradas na própria relação de dominação. No transcorrer do tempo, com a evolução da própria sociedade e do conhecimento, entretanto, as mulheres passaram a ter um comportamento mais proativo, buscando reivindicar uma posição social mais incisiva e incluyente. Estas conquistas gradativas decorreram do fato de que algumas mulheres, por terem tido ideias e condutas que discrepavam do “normal” da época, começaram a compreender que, se lutassem, poderiam se colocar em melhor situação e conseguir o espaço que tanto almejavam. Verifica-se, assim, que as relações de poder, que sempre permearam dominantes e dominados, foram histórica e socialmente construídas. E essa relação de leniência, submissão e disparidade não pode mais perdurar em uma sociedade que se diz democrática e que tem como fundamento a igualdade entre homens e mulheres.

## **2. A AÇÃO COMUNICATIVA COMO ESTRATÉGIA DE EQUIDADE NA MUDIATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE GÊNERO**

Sob o enfoque do entendimento até aqui exposto, pode-se perceber que o discurso exerce influência tal na midiatização das relações de poder entre os gêneros. É útil, então, apreendermos que a ação comunicativa é aquele tipo de interação social em que o meio de coordenar os diversos planos de ação das pessoas envolvidas é dado na forma de um acordo racional, de um entendimento entre as partes, obtido especialmente através da linguagem.

Isto porque, em conformidade com a concepção de Nobre (2008, p. 21), na ação comunicativa, o objetivo não é o êxito, não é o cálculo dos melhores meios para alcançar fins previamente determinados; a ação comunicativa tem por objetivo o entendimento entre os participantes da discussão. Da perspectiva da ação comunicativa, é essencial que se faça ouvir o maior número possível de vozes, de opiniões e de questionamentos, sem restrições. Este tipo de ação permite a reprodução simbólica da sociedade, sem a qual o conflito e o dissenso se expressariam unicamente em termos de interesses inconciliáveis, segundo a lógica da ação instrumental, o que levaria a sociedade moderna à autodestruição. Levando em conta, assim, as teorias formuladas por Jürgen Habermas, em sua obra Teoria da Ação Comunicativa, publicada originalmente em 1981, o enorme potencial de conflito, dissenso e destruição liberado quando do surgimento da sociedade moderna é estabilizado por meio de uma diferenciação da racionalidade das ações sociais. Neste prisma, Habermas (1987) trabalha quatro conceitos sociológicos de ação: teleológica, ação regulada por normas, dramatúrgica e





comunicativa. A ação comunicativa, a qual será analisada mais especificamente, integra as outras categorias de ação articuladas em torno do uso da linguagem enquanto um meio de entendimento.

Segundo Costa e Silva (2011, p. 23), a Teoria da Ação Comunicativa abre possibilidades de se construir novas percepções e compreender a sociedade, que tem características distintas, inclusive desiguais, com relação ao ser humano. Evidencia-se aqui, em um primeiro momento, a importância dos atos comunicativos entre os seres no substabelecimento das relações interpessoais e sociais, que também envolvem o direito como elo de conexão e interação na sociedade. Em outros termos, a ação comunicativa diz respeito aos atos comunicativos, que podem ser expressos tanto pela linguagem falada, como quanto pela escrita e a corporal. Tudo leva a crer que as relações entre os homens são movidas por ações que têm por finalidade precípua a comunicação, ou seja, o entendimento mútuo.

Perfilhando esta compreensão, aduz Paludo (2010, p. 70-71) que o mundo da vida, conforme Habermas, possui como estruturas básicas a cultura, a sociedade e a personalidade. A ação (social) comunicativa, no que diz respeito ao entendimento, viabiliza a reprodução e renovação do saber cultural, na dimensão da coordenação das ações, possibilita a integração social e a solidariedade e, no aspecto socialização, favorece a formação das personalidades individuais. No mundo da vida, a racionalização simbólica corresponde a processos vividos por grupos sociais que, livres de repressões, tornam possível a prática comunicativa cotidiana, que contém os seguintes elementos básicos: *telos* de entendimento, atos de fala, pretensões de validade passíveis de crítica, argumentação, harmonização das orientações da ação, coordenação das ações, integração social comunicativa (consenso normativo).

Para Habermas (1987), então, todo o ato de fala possui pretensão de validade. Estas pretensões que são de verdade (ao referir-se ao mundo objetivo), de retidão normativa (mundo social) e de veracidade (mundo subjetivo) estão na própria estrutura da fala, são comuns a todas as pessoas e são partilhadas intersubjetivamente. As pretensões de validade expressam as categorias de que os participantes do processo comunicativo dispõem para a interpretação dos mundos objetivo, social e subjetivo, estão sujeitas à crítica, podendo ser aceitas ou refutadas mediante argumentos, viabilizam o entendimento sobre algo do mundo, sendo o consenso e a coordenação das ações, portanto uma possibilidade, nada garante que o consenso se produza.

Alicerçado no mundo diário, Habermas (1987) apresenta um conceito de racionalidade que se constrói no cotidiano. A linguagem é o elemento que sustenta *a priori* a possibilidade



de entendimento. Quer dizer, as possibilidades de entendimento são construídas a partir da linguagem (atos de fala) e dos contextos de ação. Os significados das palavras só podem ser compreendidos no público e são extraídos no jogo, mediante o uso. Não há, portanto, significado preestabelecido. O significado (conteúdo) é conferido pelos participantes no processo. O *telos* de entendimento é viabilizado pela argumentação e é uma consequência das pretensões de validade passíveis de crítica. Os acordos ou compromissos estabelecidos, sem coerções, que passam a coordenar as ações, são racionalmente motivados. Essa racionalidade, que se constrói discursivamente, é processo. Racionais serão as proposições validadas, consensualmente e livres de pressões, no processo comunicativo. Sendo assim, a racionalidade é constantemente (re)construída e pressupõe as capacidades de desempenho discursivo, crítica, autocrítica e de aprendizagem pelos participantes.

Indo ao encontro destes pensamentos, pode-se dizer, inclusive, que o papel transformador atribuído por Habermas ao Direito está em que este tem dupla face, tem pés fincados tanto no mundo da vida como no sistema, serve tanto ao poder comunicativo como ao poder administrativo. De um lado, ele é a voz da administração e do sistema, em que norma e sanção são inseparáveis uma da outra, ou seja, em que o Direito aparece como coerção, ainda que coerção legítima. De outro lado, o Direito é expressão, simultaneamente, de um processo de formação coletiva de opinião e da vontade, sem o qual seria apenas um estabilizador de expectativas de comportamento e não a expressão da autocompreensão e da autodeterminação de uma comunidade de pessoas de direito que ele também é. Nesse sentido, o Direito pode tanto ser tomado de maneira unilateral e distorcida para servir unicamente de instrumento de colonização do mundo da vida pelo sistema como, ao contrário, o Direito pode ser portador de impulsos de reação à colonização e mesmo de movimentos ofensivos para orientar processos sistêmicos em um sentido determinado, de acordo com Nobre (2008, p. 27).

Proposta por Habermas (1987), a Teoria da Ação Comunicativa representa uma tese crítica da sociedade, mormente porque se constitui de uma rede comunicacional em que cada sujeito tem o seu momento de externar os atos de fala, notadamente voltados ao consenso. Sendo assim, a linguagem se configura como *locus* essencial para que os conhecimentos inculcados se traduzam nos atos linguísticos, os quais, por conseguinte, se processem no universo das práticas sociais públicas, consubstanciando-se no pragmatismo da mediação das relações de poder.





Neste âmbito midiático, consoante Widholzer (2005, p. 22-23), e no tocante ao gênero e à conformação do “núcleo familiar”, a publicidade, de um modo geral, baseia-se em velhos, mas ainda vigentes, padrões da sociedade patriarcal, e, assim, a imagem de “domesticidade” ou “de sustentáculo interno da estrutura familiar”, é a que comumente se constrói para a mulher, sendo ela delineada não apenas como consumidora de artigos para o uso pessoal, mas também como a responsável pela compra de produtos para a casa e para os demais membros da família. A publicidade, pois, reflete a forma como os padrões estabelecidos socialmente estão instaurados, sendo convencional a representação dos modelos de conduta masculino e feminino, passada dissimuladamente aos receptores, os quais não veem necessidade de questioná-la, haja vista que ela se apóia no senso comum. Ainda em conformidade com esta autora (2005, p. 48), interdiscursivamente, é possível verificar-se que o texto publicitário está atento ao embate hegemônico que se trava entre os discursos da liberação feminina e os da sociedade patriarcal, sendo seu próprio discurso ambíguo, pois os produtos deverão permanecer no mercado seja qual for a ideologia triunfante. Se, no pós-guerra, a publicidade de utensílios domésticos veiculava também uma propaganda cujo objetivo era o de confinar novamente as mulheres à esfera doméstica, atualmente, ela propõe “facilitar” a vida dessa trabalhadora que acumula jornadas de trabalho. Independente do momento histórico, a publicidade contribui para o adestramento dos corpos, operando como uma tecnologia de gênero.

Gastaldo (2005, p. 60-61), indo ao encontro desta posição, reflete que, nas mais diversas sociedades, o discurso da dominação masculina cruza o campo dos significados sociais, presumindo a ascendência masculina sobre a mulher. Mesmo que se levem em conta as diferenças culturais, o grau de tal ascendência varia, mas sempre legitima a hegemonia do masculino. Mesmo que o discurso feminista esteja rapidamente conquistando posições no campo dos significados sociais, demandando igualdade de direitos para as mulheres, os sinais da força da dominação masculina aparecem por toda parte. Diferenças salariais, assédio sexual no trabalho, violência doméstica e muitos outros atos de violência cotidiana – física e simbólica – contra as mulheres de todas as classes sociais ainda ocorrem, mesmo nas chamadas “sociedades capitalistas avançadas”. De qualquer maneira, neste campo de significados em luta, como em qualquer outro, nada é definitivo. A existência de movimentos sociais que lutam contra esta situação, bem como sua visibilidade no campo midiático, são



indicativos de que há uma luta ocorrendo, que novos significados estão sendo articulados, e que talvez uma nova posição dominante possa surgir no campo social.

De igual modo, Sabat (2005, p. 94-95) menciona que a publicidade é o lugar onde são representados códigos culturais, onde significados são trocados. Cada elemento que compõe um anúncio publicitário é um signo que nos permite ler a imagem de acordo com os códigos culturais que carregamos e também de construir novos. Nessa conjuntura, a publicidade frequentemente utiliza-se de códigos, símbolos, representações ou signos que têm eco nas relações sociais. Ademais, Foucault (1986, p. 32) alude que as relações de poder implicadas na produção social de sujeitos não se separam de um aparato discursivo bastante complexo, ou seja, normas e prescrições são, sobretudo, linguagem, verbo, significações construídas, sentidos multiplicados em atos muito concretos. Os enunciados de um discurso são sempre históricos e, como tal, devem ser analisados: são sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente. Depreende-se, desta forma, que a publicidade tende, ainda, a perpetuar estereótipos de relações de gênero, em searas nas quais a mulher é subordinada ao homem, embora se saiba, cada vez mais, que ela ocupa posições de destaque no mercado de trabalho. Nessa compreensão, levando-se em conta que os anúncios publicitários são parte integrante do sistema da mídia, as representações de espaços sociais – e de relações de poder também – tendem a parecer evidentes e naturais, sendo que, por esta via, desempenham um importante papel na cultura contemporânea. Ler imagens pode ser, portanto, o caminho para questionar as representações de gênero que continuam operando em favor da produção da desigualdade e, assim sendo, desmitificar muito dos cânones sociais ainda predominantes.

## CONCLUSÃO

Considerando que o processo de historização fez com que a ordem masculina fosse continuamente reproduzida através dos tempos, é mister que haja a desfragmentação deste discurso, visto que, conforme Bourdieu (2007, p. 100-101), ao trazer à luz as invariantes trans-históricas das relações entre os gêneros, a história se obriga a tomar como objeto o trabalho histórico de des-historização que as produziu e reproduziu continuamente, isto é, o trabalho constante de diferenciação a que homens e mulheres não cessam de estar submetidos e que os leva a distinguir-se masculinizando-se ou feminilizando-se.



Vislumbra-se, dessa forma, que o gênero pode ser compreendido sob diversas facetas, configurando-se, pois, em um elemento constitutivo das relações sociais. Tais relações estão vinculadas pelo poder e, via de regra, pela dominação masculina. É evidente, assim, o paradoxo existente entre os gêneros. Resultado da vivência e do aperfeiçoamento dos cânones de dominação nos ditames do patriarcado. Isso tudo fez com que a mulher não compreendesse, de modo objetivo, o modelo que estava reproduzindo e, bem assim, difundindo. E, em não percebendo que o homem se coloca como o marco inicial de toda a vida em sociedade, ela é dominada. Há, desse modo, a incorporação e, por conseguinte, a assimilação de um pensamento predominantemente masculino. Nesse aspecto, segundo Bourdieu (2007, p. 45), a representação androcêntrica da reprodução biológica e da reprodução social se vê investida da objetividade do senso comum, visto como senso prático, dóxico, sobre o sentido das práticas. E as próprias mulheres aplicam a toda a realidade e, particularmente, às relações de poder em que se veem envolvidas, esquemas de pensamento que são produto da incorporação dessas relações de poder e que se expressam nas oposições fundantes da ordem simbólica.

Nesse sentido, quase que constantemente inserida em um contexto no qual a dominação masculina impera, a mulher viu-se como um ser inferior – haja vista que o discurso prático reforçou a ideia de a relação de dominação ser natural – e que o homem era o ser pensante, tanto no ambiente doméstico quanto fora dele. A invisibilidade foi muito forte, eis que a mulher foi vista como um objeto. Nesta ótica, somente a partir dos estudos científicos, realizados, principalmente, pelas áreas da Biologia e da Antropologia, entre outras, que se descobriu que homens e mulheres eram dotados das mesmas capacidades intelectuais. Assim, muitos dos mitos acerca desta ordem predefinida e preexistente, tão inculcados no imaginário de homens e mulheres, foram sendo, paulatinamente, desconstruídos. Diante das breves digressões aqui esposadas, pode-se constatar que é a partir da interação social que se pode transformar a realidade prática. É imprescindível que a linguagem convirja com ações afirmativas para que se possa alcançar a paridade em todos os âmbitos, mormente porque as relações de poder são cada vez mais midiáticas. Desta forma, o manejo de um discurso igualitário é fundamental para que se compreenda e se busque desfragmentar a assimetria de gênero que ainda subjaz nas práticas culturais midiáticas cotidianas.



## REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo**. Fatos e Mitos. Traduzido por Sérgio Milliet. v. 1. São Paulo: Círculo do Livro, 1986.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Traduzido por Maria Helena Kühner. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

COSTA, Marli Marlene Moraes da; SILVA, Linara da. **A Importância do Agir Comunicativo na Efetivação da Justiça Restaurativa em um Contexto de Alienação Social**. In: COSTA, Marli Marlene Moraes da; RODRIGUES, Hugo Thamir (Orgs.). *Direito & Políticas VI*. Curitiba: Multideia, 2011.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara. **Apresentação**. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em Discursos da Mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

GASTALDO, Édison. **A Representação do Espaço Doméstico e Papéis de Gênero na Publicidade**. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em Discursos da Mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de La Acción Comunicativa**. Madrid: Tauros, 1987.

NOBRE, Marcos. **Introdução**. In: NOBRE, Marcos; TERRA, Ricardo (Orgs.). *Direito e Democracia: um guia de leitura de Habermas*. São Paulo: Editora Malheiros, 2008.

PALUDO, Conceição. **Habermas e a Educação Popular**: a dimensão política da educação como possibilidade de encontro. In: *Contexto & Educação*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências. Educação Popular. n. 83. Ijuí: Ed. Unijuí, jan.jun. 2010.

SABAT, Ruth. **Imagens de Gêneros e Produção da Cultura**. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em Discursos da Mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SCOTT, John (Org). **Sociologia**: conceitos-chave. Traduzido por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

SILVA, Maritza Maffei da. **Mulher, Identidade Fragmentada**. In: ROMERO, Elaine (Org.). **Corpo, Mulher e Sociedade**. Campinas, SP: Papirus, 1995.

WIDHOLZER, Nara. **A Publicidade Como Pedagogia Cultural e Tecnologia de Gênero: a abordagem lingüístico-discursiva**. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em Discursos da Mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.