

GÊNERO, SEXUALIDADE E MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UMA ABORDAGEM CRÍTICA DESSES CONCEITOS NA EDUCAÇÃO

Fabiane Freire França*
Delton Aparecido Felipe**
Geiva Carolina Calsa***

RESUMO: O artigo discute os conceitos de gênero e sexualidade e sua construção a partir do saber escolar e da mídia. Questiona-se o fato de o público feminino pertencer a um grupo minoritário e que tem a construção cultural e social de sua sexualidade limitada: diferentes mídias utilizam a imagem do corpo feminino como mercadoria. Em vista disso, realizou-se uma pesquisa dos conceitos de gênero e sexualidade presentes no conteúdo da revista *Capricho* e do programa *Malhação*. Os dados revelam que esses meios de comunicação ditam normas de identidade e comportamento em relação a esses conceitos. Sendo assim, a instituição escolar deve favorecer a conscientização dos jovens em relação aos conceitos e valores expressos pela mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Gênero; Sexualidade; Meios de comunicação.

GENDER, SEXUALITY AND MEANS OF COMMUNICATION: A CRITICAL APPROACH OF THESE CONCEPTS IN EDUCATION

* Mestranda em Educação pela Universidade Estadual de Maringá – UEM; Integrante do Grupo de Pesquisa em Psicopedagogia – GESPEP – UEM; E-mail: fabianefreire@ibest.com.br.

** Mestrando em Educação pela Universidade Estadual de Maringá – UEM; E-mail: ddelton@gmail.com.br

*** Docente do Mestrado em Educação da Universidade Estadual de Maringá – UEM; E-mail: gccalsa@uem.br

ABSTRACT: This paper discusses the concepts of gender and sexuality and its construction from school knowledge and from the media. It questions the fact of women belonging to a minority group and who has the cultural and social construction of its sexuality limited: different types of media use the image of the feminine body as merchandise. Based on this context, a research about the concepts of gender and sexuality founded in the contents of the *Capricho* Magazine and in the novel *Malhação* was carried out. The data reveal that these means of communication dictate norms of identity and behavior in relation to these concepts. Thus, the school institution must favor the awareness of the young in relation to the concepts and values expressed by the media.

KEYWORDS: Education; Gender; Sexuality; Means of communication.

INTRODUÇÃO

A construção de conceitos envolve conhecimentos transmitidos pela escola, pelos meios de comunicação, pela família e outros meios disponíveis na vida cotidiana. Esses conceitos relacionados à formação da identidade do indivíduo resultam em alguns modelos. Os estudos de Coll (1998) e Calsa (2002) demonstram que o processo de construção de conceitos ocorre ao longo da vida escolar dos indivíduos. Nesse processo, os conhecimentos prévios exercem uma influência determinante, pois facilitam a aquisição de novos conhecimentos, como também podem se tornar um obstáculo à aprendizagem.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais - PCNs - (BRASIL, 1997) ressaltam os saberes prévios dos alunos como ponto de partida para a construção e apropriação do conhecimento científico e a formação de um cidadão crítico e comprometido com a sociedade. Fez-se uma análise preliminar voltada aos tópicos: “Pluralidade Cultural” e “Orientação Sexual”, que apresentam um conteúdo inovador em relação aos conceitos de gênero e sexualidade. Todavia, em relação ao papel dos meios de comunicação na formação e na compreensão dos conceitos de gênero e sexualidade os Parâmetros apresentam uma contribuição restrita, pois focalizam os discursos dos meios de comunicação no tópico “Orientação Sexual” de forma muito sucinta.

Esses conteúdos devem possibilitar a abordagem dos diferentes assuntos, que variam de acordo com a faixa etária, cultura regional e fatos

contemporâneos veiculados pela mídia ou vividos por uma dada comunidade (BRASIL, 1997, p. 139).

Para Sposito (2001), a ausência de um modelo conceitual sobre esses conteúdos na instituição escolar e seus aspectos estruturais na escola, como o currículo, os livros didáticos e a formação dos professores, são alguns fatores capazes de contribuir para a ocorrência dessas concepções alternativas. O autor ainda destaca o papel relevante do tratamento reducionista e muitas vezes incorreto dado pelos meios de comunicação aos temas científicos e sua absorção pelos alunos dessa faixa etária. Tal abordagem, do mesmo modo que a escola, pode provocar obstáculos epistemológicos às aprendizagens posteriores. Além disso, esses meios transmitem concepções de mundo que acabam sendo construídas socialmente como necessidades, ou até mesmo como verdades. Assim, é preciso abordar esses discursos de uma forma crítica.

E são essas abordagens críticas que colocam em evidência o quanto proposições configuradas como “ideais” decorrem de escolhas, decisões e categorizações teórico-metodológicas assumidas e naturalizadas ao longo do tempo em diferenciadas práticas (WORTMANN; VEIGA-NETO, 2001, p. 113).

Os autores destacam a importância de compreender as lutas políticas contemporâneas e fazer uma reflexão sobre gênero e os papéis sexuais, realizando uma análise mais detalhada, que questione os referenciais conservadores construídos socialmente.

Para Heilborn (1997), o conceito de gênero foi produzido pelas ciências sociais na década de 1970 para separar a dimensão anatomofisiológica – ser macho ou fêmea - da dimensão social/cultural - trabalho de elaboração simbólica que a cultura realiza sobre essa diferença. Scott (1995) complementa que a utilização desse termo representa a busca de legitimidade e aceitação acadêmica dos estudos feministas na década de 1980.

As duas autoras citadas demonstram que os papéis sexuais estão fortemente ligados às questões de gênero. Segundo Foucault (1987), a sexualidade deve ser entendida como uma construção histórica, e não como um objeto natural. Louro (1997) afirma que as concepções de gênero e sexualidade devem ser abordadas de forma articulada, considerando a construção histórica, social e cultural, pois ambos os conceitos apresentam estreitas relações quanto à formação dos indivíduos.

Ante essas considerações, neste artigo se objetiva entender como os conteúdos dos meios de comunicação contribuem para a produção e/ou reprodução da identidade de gênero dos sujeitos. Para tanto, faz-se uma reinterpretação crítica de alguns desses conteúdos, que comprova uma perspectiva histórica, social e cultural para a produção de determinadas posturas relacionadas com a construção desses conceitos. Em vista disso busca-se discutir a imagem do corpo dos jovens e a representação de sua identidade transmitida por dois veículos da mídia - impressa e televisiva - a revista *Capricho* (Editora Abril) e o programa *Malhação* (Rede Globo), para compreender as relações de poder envolvidas ou não na conservação de valores e comportamentos dos indivíduos.

A opção por focalizar o público feminino deriva da forma como o conceito de gênero foi produzido ao longo da história, forma que apresenta uma conotação de inferioridade intelectual, física, social e cultural da mulher em relação ao homem. Segundo Giroux (1995), a história das mulheres não é considerada pelos conteúdos curriculares da escola, os quais contemplam apenas culturas hegemônicas, que retratam a visão do homem branco europeu.

Os meios de comunicação exploram esses discursos e acabam por contribuir para uma identidade feminina caracterizada pela submissão (de forma oculta) aos valores e normas tidos como naturais. Um exemplo desse discurso é a preleção das publicidades que destacam o cotidiano feminino associado à vida doméstica, com a admissão feminina no mercado de trabalho em segundo plano. Associa-se a esses ideais um estereótipo de mulher que deve corresponder a valores estéticos.

França (2005) demonstra em seu artigo a abordagem da revista *Capricho* em relação à imagem do corpo adolescente feminino na atualidade. Ao discutir as dicas de moda e beleza, a revista se apresenta como orientadora das adolescentes para a constituição de um *sujeito singular*; ou seja, são produzidos saberes que direcionam as jovens a um determinado estereótipo de jovem branca, da classe média, consumidora e heterossexual. Observa-se que essas condições sociais e culturais são produzidas por relações de poder que evidenciam diferenças.

De acordo com a literatura (BOURDIEU, 1989), para a construção da identidade de indivíduos e grupos são criadas normatizações e padronizações para a manutenção de um perfil que facilite o exercício do poder simbólico hegemônico da sociedade. Embora a escola tenha o papel de contribuir para essa manutenção, discute-se a possibilidade de a instituição escolar abordar esse discurso reducionista apresentado pelos meios de

comunicação instruindo o indivíduo de forma crítica e conscientizadora sobre o papel da mídia em geral na manutenção da hegemonia cultural da estrutura de produção capitalista.

Calsa (2002) explicita que o ensino repetitivo e fragmentado dos conceitos não traz resultados satisfatórios para os alunos, pois a partir desse método eles deixam de ativar os conhecimentos e pautam-se em memorizações não compreendidas, que muitas vezes levam a meras reproduções. A falta de compreensão crítica dos alunos e professores sobre os conceitos de gênero e sexualidade abordados pelos meios de comunicação e outras fontes cristaliza valores e reproduz saberes hegemônicos que contribuem para o aumento das desigualdades sociais.

Busca-se ainda compreender como os Parâmetros Curriculares Nacionais (BRASIL, 1997), especificamente nos tópicos Pluralidade Cultural e Orientação Sexual, trabalham essas questões de gênero e sexualidade, e se eles podem contribuir para que a escola desenvolva esses conceitos de forma crítica e conscientizadora.

2 GÊNERO SEXUALIDADE E EDUCAÇÃO: UMA PERSPECTIVA PÓS-ESTRUTURALISTA

Segundo Scott (1995), o termo gênero foi proposto por mulheres que admitiram uma pesquisa sobre o sexo feminino e acreditaram poder mudar os paradigmas disciplinares. Discussões comprometidas nesse campo não se centram na história das mulheres de forma radical, e sim, na compreensão do movimento de ambos os gêneros, para não se pautar em uma metodologia que aborde apenas a “nova história das mulheres”, mas trate também de uma “nova história”, na qual se percebem articulados os movimentos de classes e de raças. Para a autora, algumas feministas tinham um olhar mais global, inserindo a história do oprimido no eixo classe, raça e gênero; todavia o eixo proposto não pode ser considerado equitativo.

Enquanto a categoria ‘classe’ tem seu fundamento na elaborada teoria de Marx (e seus desenvolvimentos ulteriores) sobre a determinação econômica e a mudança histórica, a ‘raça’ e o ‘gênero’ não carregam associações semelhantes. [...] quando invocamos classe, trabalhamos com ou contra uma série de definições que, no caso do marxismo, implicam uma idéia de causalidade e uma visão do caminho ao longo do qual a história

avançou dialeticamente. Não existe nenhuma clareza ou coerência desse tipo para a categoria de raça o para a de gênero. No caso do gênero, seu uso implicou uma ampla gama tanto de posições teóricas quanto de simples referências descritivas às relações entre os sexos (SCOTT, 1995. p. 73)

Para Louro (1997; 1999), tem-se que problematizar essa lógica por meio do processo desconstrutivo, que supõe o questionamento da identidade de ambos os sujeitos no que diz respeito a valores e normas, pois implica reconhecer as diferenças em ambos os pólos. Essa compreensão do procedimento desconstrutivo não elimina o pensamento hierárquico construído historicamente e socialmente, mas busca repensar o poder existente e analisar criticamente esses pensamentos de forma que não sejam reproduzidas posturas que legitimem a desigualdade social. As identidades são produzidas em múltiplas práticas sociais que constroem e reproduzem diferenças. A escola é uma dessas instituições, como o são também os meios de comunicação, que buscam garantir normatizações sociais de acordo com as imagens e discursos dominantes.

Scott (1995) e Louro (1997) apontam como limite, nesse campo, os trabalhos descritivos que não indagam nem problematizam os conceitos dominantes de forma a criar possibilidades de transformação do poder. Reações de historiadores não feministas aceitaram a história das mulheres como uma simples versão diferenciada, que não implica em mudanças, acreditando ser uma narrativa voltada à família e ao sexo. Nesse contexto, apresenta-se um desafio teórico a ser enfrentado que se concretiza em problematizações vinculadas ao passado e ao presente, e não apenas na análise das relações entre homens e mulheres ao longo dos anos.

Scott (1995) demonstra o estreito vínculo entre gênero e sexualidade, pois foi por meio de estudos sobre sexo e sexualidade que o conceito de gênero passou a ser mais utilizado como uma forma de diferenciar os papéis sexuais atribuídos às mulheres e aos homens.

De acordo com uma breve revisão histórica, nota-se que o século XX foi um período caracterizado por muitas mudanças em relação aos costumes e hábitos tradicionais e modificações quanto aos papéis sexuais, possibilitando novos espaços femininos. Para Almeida (1998), esse período foi marcado pelo poder da imagem do cinema, que influenciou as condições de vida, sobretudo do sexo feminino, e repercutiu no imaginário social, resultando em mudanças importantes.

A televisão, e sua popularização, democratizou o acesso à cultura e, de certa forma, nivelou o conhecimento, apesar da inculcação ideológica de que é portadora, o que aliás, nenhum governo e nenhum sistema educacional deixou de fazer com o povo nos diversos momentos históricos (ALMEIDA, 1998, p. 206).

A autora apresenta a influência da imprensa tipográfica e do cinema na cultura das pessoas, no que diz respeito à constituição de novos papéis femininos para a sociedade no início do século XX. Em contrapartida, Kellner (1995) ressalta a transição dessa cultura de informação nesse período para a “Era do Entretenimento”, voltada a uma cultura da imagem. “A educação certamente deveria prestar atenção a essa nova cultura, tentando desenvolver uma pedagogia crítica [...] preocupada com a leitura de imagens” (KELLNER, 1995, p. 109).

Para o autor, essa crítica seria a base de uma pedagogia radical que buscaria compreender os comportamentos e os conhecimentos em sua gênese, na tentativa de entender o processo de dominação; que tentaria realizar a leitura das imagens veiculadas em situações reais, compreendendo como as identidades são socialmente construídas e influenciadas por diversas imagens, signos e discursos. Essa desconstrução exige uma crítica à publicidade, bem como à cultura de massa e à ideologia.

Uma das justificativas deste artigo pauta-se no investimento de capital exorbitante em anúncios publicitários, com valores que ultrapassam o investimento em educação, como demonstra Kellner (1995, p. 111):

O fenômeno da publicidade e a importância de uma leitura crítica dos anúncios estão longe de serem questões triviais, na medida em que a sociedade estadunidense investe mais de 102 bilhões de dólares por ano em publicidade.

A década de 1990 foi caracterizada pela veiculação de publicidades destinadas a promover o consumo. Sendo assim, os discursos imagéticos da vida privada e da concepção consumista substituíram discursos mais políticos e causaram mudanças na esfera pública, “[...] uma esfera que os/as teóricos/as pós-modernos/as argumentam ter sido destruída na sociedade contemporânea do consumidor e da mídia” (KELLNER, 1995, p. 111). Dados recentes comprovam que esse quadro continua sendo reproduzido:

O Brasil é um dos países que mais gastam com publicidade estatal no planeta. Apesar da onda de privatização na última década, os governos federal, estaduais e municipais são responsáveis por 7,13% de tudo o que se investe em propaganda na TV, rádios, jornais, revistas, outdoors, internet e patrocínios. Nos Estados Unidos, esse percentual é de apenas 1,63% (GASTOS..., 2003).

Assim como Kellner (1995) explicitou em outro contexto, observa-se que o investimento nesse setor continua sendo alto, demonstrando a necessidade de uma leitura crítica do que vem sendo exposto para combater tamanho desperdício e o excesso de consumo.

Wortmann e Veiga-Neto (2001) enfatizam que a década de 1980 foi marcada por novas análises dos meios de comunicação. Estudos de recepção desses meios foram desenvolvidos, principalmente em relação a programas televisivos voltados a trabalhos etnográficos, que consideram a influência de diferentes ambientes e leituras de mundo.

A publicidade pode ser caracterizada como uma pedagogia que busca ensinar aos sujeitos o que eles desejam e precisam para alcançar a felicidade. Pode ser considerada um texto social relevante, por indicar informações sobre valores, tendências sociais, moda, o que de fato inquieta os “dirigentes de consumo”. É possível considerá-la como uma das formas de padronizar o comportamento dos indivíduos, ou apenas supor que é um dos principais setores da indústria cultural, que exige uma maior atenção e análise da pedagogia crítica. “A publicidade ensina uma visão de mundo, valores e quais comportamentos são socialmente aceitáveis e quais são inaceitáveis” (KELLNER, 1995, p. 112).

De acordo com Viana e Unbehaum (2006), os PCNs representam um avanço quanto à adoção de uma perspectiva de gênero para o ensino fundamental. No entanto, esse documento apresenta-se apenas como uma referência, e não como uma diretriz obrigatória, o que sugere que esses conceitos não estejam sendo referenciados no ambiente escolar como deveriam. Além disso, a principal crítica em relação aos Parâmetros, como apontam as autoras, refere-se ao seu caráter centralizador, que dificulta sua implantação em todo o território nacional por causa da diversidade étnica e cultural, que aumenta o desafio da unidade nacional que o documento propõe.

Referindo-se ao tratamento dos aspectos de gênero e suas conseqüências para o currículo escolar,

incomoda também o fato de o conteúdo estar restrito ao tópico Orientação Sexual. As questões relativas ao gênero deveriam perpassar não só a discussão sobre sexualidade, corpo e prevenção, mas os demais temas transversais (VIANA; UNBEHAUM, 2006, p. 419).

Em vista dessas discussões, percebe-se a necessidade de uma compreensão mais sistematizada sobre a articulação dos conceitos de gênero e sexualidade representados pelos meios de comunicação, conceitos que influenciam os conhecimentos prévios dos alunos e, conseqüentemente, a sua aprendizagem escolar, além de sua postura diante dos preconceitos e das discriminações sociais.

2.1 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Esta pesquisa se justifica pela necessidade de compreender a articulação entre gênero, sexualidade e meios de comunicação para a realização de uma abordagem e leitura crítica das imagens presentes no cotidiano que, por isso mesmo, influenciam os âmbitos culturais e educacionais.

Para responder à problematização do presente artigo foram selecionados dois exemplares da revista *Capricho* (editora Abril) e dois episódios do programa *Malhação* (Rede Globo), ambos escolhidos aleatoriamente, com uma diferença de três anos de edição: 2004 e 2007.

Para atingir os objetivos do presente estudo, optou-se pelo desenvolvimento de uma pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo. Na pesquisa qualitativa o pesquisador é um interpretador da realidade e os métodos oferecem melhores condições, pois são baseados em observações, registros e análises, enquanto na pesquisa quantitativa adquirem-se dados numéricos e precisos.

As fontes são consideradas amostras bem-sucedidas mercadologicamente. O êxito da revista *Capricho* se deve ao fato de ser uma representação das reportagens sobre o meio artístico e apresentar dicas de beleza e corte de cabelo, testes para descobrir como prender um namorado, horóscopos, dentre outros itens publicitários que compreendem um conteúdo pedagógico voltado a uma determinada concepção de gênero e sexualidade. O programa *Malhação*, da Rede Globo, foi escolhido por se manter há mais de dez anos no ar e ser uma telenovela feita para o jovem (a maior parte de seu público), trazendo quadros que parecem “dinâmicos” e em constante mudança, como jogos, conflitos amorosos,

problemas no colégio, moda, comportamentos, valores e preconceitos que abordam posturas e valores a serem reproduzidos pela sociedade.

2.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Segundo Castro (1993), a *Capricho* foi lançada como revista de fotonovela em 1952, tendo sido considerada nas décadas de 1960 e 1970 a maior revista feminina da América do Sul. Os primeiros números tinham como seções fixas: Contos, Psicologia, Moda e beleza, Vida e atualidades, Fatos reais e Variedades. Atualmente, os tópicos são classificados em seções de acordo com as reportagens, e se diferenciam dos do ano de 2004, que mantinham os tópicos de Moda e Beleza.

A análise realizada neste artigo constata que na revista *Capricho* de 08 de agosto do ano de 2004 as imagens constituem-se de informações, que predominam em todo o volume. Os textos em geral são pequenos e fragmentados e recebem o destaque de cores fortes, atrativas: laranja, rosa, verde, azul, lilás, vermelho. A análise de outros exemplares da mesma revista mostra que essa disposição gráfica se mantém, diferenciando-se apenas quanto à ordem dos tópicos e às cores. O exemplar analisado apresenta em sua capa um percentual de imagem de aproximadamente 90%, e os 10% restantes compõem a parte escrita. Há quatro tópicos que acompanham a mesma cor do título (laranja), e a disposição da imagem da pessoa retratada é focalizada em seu rosto, sugerindo a idéia do modelo de “homem desejado” pelas jovens mulheres. É interessante ressaltar que o jovem estampado nesta revista é o protagonista do programa *Malhação* referente ao episódio de 2004.

Como demonstra Giroux (1995), pode-se observar uma reificação da cultura hegemônica por meio de diversos modos simbólicos de produção, textos que compõem a construção de significados e refletem o contexto social. O autor destaca a dimensão teórica oferecida à política da cultura, dimensão que envolve a atenção dos grupos dominantes para manter um discurso cultural hegemônico no contexto contraditório e conflituoso.

A revista assinala a idealização de uma identidade marcada pelos meios de comunicação: o jovem é colocado como um modelo a ser seguido, uma referência-padrão. “[...] Berenguer vem surgindo sempre como o favorito para nossa capa, toda vez que tem enquete com leitoras da *Capricho*. Já que é assim, então toma ele aí” (CAPRICHOS, 2004, p. 24). A frase “toma ele aí” remete à idéia de o jovem (celebridade) ser um presente para as leitoras da revista.

A partir da análise salienta-se a busca da mídia eletrônica, por criar novas imagens de dominação voltadas às necessidades do contexto histórico vivenciado. O caso da telenovela *Malhação* evidencia essa necessidade, pois somente em 2004 esse programa passou a trabalhar com personagens pertencentes à classe baixa. A justificativa destes personagens se deu pelo fato de serem alunos bolsistas e/ou filhos de mães que trabalham como zeladoras no colégio particular, em que circulam predominantemente jovens da classe média. A moça protagonista, com menos condições econômicas, demonstra preocupação com as causas sociais e desperta o interesse do rapaz de família rica que tem comportamentos classificados como ruins, por ser um jovem rebelde.

Segundo Mendonça (2004) a série *teen* do programa *Malhação*, que está há quase 10 anos no ar, vive uma de suas melhores fases, sendo que “em 2003 teve 29 pontos de média e 58% de *share* (porcentagem de aparelhos ligados na Globo no horário)”. A seleção de temas ligados à vida dos jovens retratados pelos personagens é um dos motivos de manter-se por esse período no ar.

Assuntos como AIDS, virgindade, drogas, pais separados, aborto, gravidez na adolescência ou uso de anabolizantes estão presentes no dia a dia da *novelinha*, o único programa da dramaturgia da emissora que não tem férias ou intervalos e vai trocando parte dos autores a cada nova fase. (MENDONÇA, 2004, p. 116).

No ano de 2004, *Malhação* alcançou 34 pontos de audiência e 66% de *share*, cerca de 21 milhões de telespectadores. É importante ressaltar que até então somente meninas de classe média ocupavam o papel principal, e a partir daí ocorreu uma mudança, pois a protagonista é filha de um gari e estuda como bolsista do colégio.

A mudança no perfil dos personagens pode ser caracterizada como contraditória, pois a partir da análise dos episódios observou-se que, embora a menina pertencesse a uma classe socioeconômica inferior, o padrão de beleza e as roupas da nova personagem não se diferenciam das demais. Se por um lado o programa se propõe a veicular uma imagem feminina que apresenta resistência às desigualdades sociais, por outro essa personagem está inserida nas representações sociais de uma ideologia dominante.

O mesmo ocorre com a *Capricho* (2004), que veicula a vida real do protagonista da telenovela *Malhação*. Se por um lado no programa busca-

se transmitir um ideal de mulher autônoma, que tenha iniciativa, nota-se na entrevista realizada com o personagem principal, o ator Berenguer, a valorização de princípios conservadores, inclusive a virgindade. “Você disse em entrevista à *CAPRICHÔ* no começo do ano que sexo é bom porque é uma coisa de Deus, mas que para você só depois do casamento. É isso mesmo?” (*CAPRICHÔ*, 2004, p. 30). O ator responde que não modificou em nada seus pensamentos. Por meio desse discurso vinculam-se os textos de ambas as fontes e percebe-se uma valoração dos padrões conservadores quanto às posturas nas relações de gênero e aos papéis sexuais que devem ser desenvolvidos na sociedade.

Uma das publicidades da *Capricho* (2004, p. 07) apresenta como tema “A boca mais famosa do mundo merece a melhor hidratação”. Em cena destaca-se o rosto de uma modelo reconhecida internacionalmente, ressaltando um ideal de beleza apregoadado por quase toda a revista. A mesma celebridade compõe o quadro da revista três anos depois no ano de 2007, e a diferença corresponde apenas à publicidade e à disposição da celebridade, que, dessa vez, expõe o corpo inteiro de forma ainda mais sensual. Além disso, os personagens que atuaram em outros anos no programa *Malhação* e os que ainda atuam representam grande parte das publicidades apresentadas pela revista.

As top models são tomadas como norte, ‘glamou-
rizando’ um estilo de vida no qual a vigilância
constante da própria aparência surge como
naturalmente feminina. A autora enfatiza que a
revista educa não apenas pelo que afirma, mas ainda
pelo que nega: o corpo obeso, ameaça vislumbrada
que sustenta o autocontrole, não é retratado nas
páginas da revista (FRANÇA, 2005, p. 03).

Ressalta-se que a revista *Capricho* rotula como “defeitos” aspectos do corpo humano da maioria das mulheres - espinhas, rugas, estrias e celulites -, “defeitos” que são colocados como “anomalias” que devem ser erradicadas com urgência. Embora o conteúdo da revista destaque uma beleza-padrão das mulheres em geral e de diversas celebridades, observa-se que o discurso também aborda histórias de jovens comuns, com o intuito de atingir um público cada vez maior, ora evitando estereótipos, ora inventando outros.

É o caso do tema “Meu rolo ficava com meu amigo”, exposto por uma jovem de 22 anos que apresentou conceitos e valores de negação ao saber

que seu “paquera” “ficava” com meninos e meninas, “[...] o Marcos também tinha um quê de gay: era moderno demais, tinha um jeito de falar diferente, era meiguinho [...]” (CAPRICHOS, 2004 p. 66).

Nota-se nesse discurso uma categorização da figura masculina, que deve seguir estereótipos de acordo com o que é estabelecido social e culturalmente. Os PCNs, no tópico Orientação Sexual, alertam para as discriminações e estereótipos construídos socialmente por meio de reflexões e resistência a discursos que prejudiquem e descaracterizem o outro.

Ao folhear um novo exemplar da revista Capricho, o de 29 de março de 2007, nota-se que os recursos gráficos se mantêm os mesmos destacados no parágrafo anterior, assim como os principais tópicos. Uma das diferenças existentes entre os dois exemplares refere-se à capa, que agora apresenta o “casal-sucesso” Alemão e Iris do *Big Brother Brasil 2007* (reality show da rede Globo). É interessante destacar que o clima do romance é sugerido como perfeito. A foto do casal destacada na capa lembra o padrão das fotos da década de 1960. Seria uma tentativa de resgatar a identidade da época? O que se pode afirmar é que o país admira o modelo de casal apresentado pela mídia. Em ambas as revistas as capas apresentam artistas da Rede Globo considerados celebridades, modelos de homens almejados pelo público feminino.

O conceito de identidade do jovem adolescente está naturalizado e marcado como modelo estabelecido a ser anunciado e seguido, assim como os tópicos dispostos na revista: moda, beleza, sexo. “Há que notar que, se a identidade normal é a grande referência, ela também se produz tomando o outro como limite e fronteira. Rejeitado ou negado, o ‘outro’ é, ao mesmo tempo indispensável” (LOURO, 1997, p. 70).

O episódio do programa Malhação referente ao dia 10 de agosto de 2004 compreende um total de 24 minutos de cenas e 5 minutos e 20 segundos de propagandas; as vinhetas, o anúncio da próxima chamada e as cenas contemplam 83,3% do tempo do programa, enquanto 17,7% se referem à publicidade, com um total 29 minutos e 20 segundos. Esse episódio apresenta corpos esculpidos, relacionamentos em crise, mocinha boa *versus* mocinha má que disputam o amor do protagonista “rebelde”.

Atualmente, o programa tem abordado valores semelhantes: ideais, corpos perfeitos, beleza e moda. No episódio referente ao dia 06 de abril de 2007, parece evidente o preconceito em relação a uma jovem mulher (bonita) professora de mecânica: em sua aula comparecem apenas dois alunos, que confessam que os demais não apareceram por acreditarem que “mulher e mecânica não combinam”. Embora, aparentemente, o

programa procure desvelar o preconceito referente aos papéis atribuídos às jovens mulheres, o comportamento dos rapazes padroniza sua postura. Além disso, percebe-se um discurso que caracteriza as relações de gênero como sendo opostas.

Disso resultam inúmeras crenças que colocam homens e mulheres como opositores e não como parceiros, esquecendo que as relações entre os sexos devem ser mensuradas em termos de alteridade, a relação com o outro e não contra o outro (ALMEIDA, 2006, p. 97).

Nos intervalos do programa *Malhação* as propagandas são relacionadas ao público que a ele assiste, em grande parte constituído de jovens. Os produtos divulgados na revista *Capricho*, em grande parte apresentados nas chamadas dos intervalos do programa, são cremes para a pele e cabelos, o vestuário dos jovens, calçados, alimentação, ou seja, tudo o que está na moda.

O ideal reproduzido no programa *Malhação* é representado por corpos perfeitos, sendo que o papel das jovens limita-se a diálogos voltados à beleza e aos romances. Embora procurem apresentar em alguns discursos conteúdos menos conservadores em relação aos conceitos de gênero e sexualidade, como, por exemplo, a aceitação de uma professora de mecânica, grande parte dos personagens ainda corresponde a padrões que legitimam um ideal representado por um determinado grupo: classe média.

Levando em conta os pressupostos teórico-metodológicos da pesquisa, a análise foi realizada a partir dos discursos sobre os conceitos de gênero representados pelos meios de comunicação como uma forma de contribuir para a aceitação de valores e conceitos hegemônicos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apresentados pela análise demonstram um discurso midiático que busca produzir conceitos de gênero e sexualidade de acordo com as relações de poder predominantes. Embora esses conceitos não sejam aceitos de forma passiva - pois há conflitos, negociações, contradições e resistência por parte dos grupos inferiorizados - há uma tendência a estabelecer visões de mundo de acordo com conceitos hegemônicos.

Ao comparar a publicidade do programa *Malhação* com a da revista *Capricho* observa-se grande semelhança, pois os públicos que estes meios

de comunicação procuram abranger são da mesma faixa etária (jovens e adolescentes). Nas duas fontes observa-se a exaltação do ser jovem, do culto ao corpo, e a exploração da imagem feminina. Essa situação é exemplificada no clima de disputa existente entre duas jovens que desejam liderar a equipe do jogo de handebol na aula de Educação Física. Essa disputa inclui o jovem técnico da equipe, por quem ambas estão apaixonadas. Interessante destacar que o exemplar analisado da *Capricho* traz em sua capa esse “jovem técnico da equipe”, que expõe sua vida pessoal, fala da experiência de ser o protagonista de *Malhação* e deixa no ar um exemplo de bom moço, o homem idealizado pelas personagens da novela.

Por meio desses discursos observa-se a necessidade de se abordarem discussões explicitadas nos PCNs, como a não-exclusão da história do outro no âmbito escolar, uma forma de contribuir para que o aluno reconheça as suas necessidades e os desejos próprios de seu convívio social. Entretanto, além das limitações desses Parâmetros já explicitadas, há ainda outro desafio, que é estabelecer esses discursos na prática social e serem incorporados no currículo conteúdos que possibilitem a emancipação humana, e não a desigualdade social.

Louro (1999, p. 88) enfatiza que o currículo aborda a história e postura de alguns sujeitos e ignora outros; “as ciências, as artes e as teorias trazem a voz daqueles que se auto-atribuíram a capacidade de eleger as perguntas e construir as respostas [...]”.

Conclui-se, de acordo com esse artigo, que a instituição escolar deve favorecer a conscientização dos jovens em relação aos conceitos e valores expressos pela mídia que fazem parte da construção da identidade. Segundo Louro (1999), a escola precisa compreender as relações de poder e permitir a formação de um indivíduo crítico, que resista aos preconceitos e desigualdades e não seja mais silenciado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. S. **Mulher e educação: a paixão pelo possível**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1998.

_____. Mulheres na educação: missão, vocação e destino? In: SAVIANI, D. et al. **O legado educacional do século XX no Brasil**. 2. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: Pluralidade cultural e Orientação Sexual**. Brasília, DF: MEC/SEF, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Coleção Memória e Sociedade, 1989.

CALSA, G. C. **Intervenção psicopedagogia e problemas aritméticos no ensino fundamental**. 2002. 297 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2002.

CASTRO, A. L. Uma abordagem acerca das temáticas “corpo e sexualidade” na imprensa feminina. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM SAÚDE, 1, São Paulo, 1993. **Anais...** São Paulo: [s. n.], 1993.

COLL, C. S. et al. **Os conteúdos na reforma: ensino aprendizagem de conceitos, procedimentos e atitudes**. Porto Alegre: Artes Médica, 1998.

FRANÇA, Kelly Bedin. Corpo, gênero e sexualidade: discussões. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, jan./abr. 2005.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

GASTO OFICIAL corresponde por 7% do mercado publicitário. **Folha de São Paulo**, 10 nov. 2003. Disponível em: <<http://licitacao.uol.com.br/notdescricao.asp?cod=1371>>. Acesso em: 23 jun. 2007.

GIROUX, H. Memória e pedagogia no maravilhoso mundo da Disney. In: SILVA, T. T. (Org.) **Alienígenas na sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

HEILBORN, Maria L. Corpo, sexualidade e gênero. In: DORA, Denise D. **Feminino masculino: igualdade e diferença na justiça**. Porto Alegre: Sulina, 1997. p. 47-57.

KELLNER, D. Lendo imagens criticamente: Em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, T. T. (Org.) **Alienígenas na sala**

de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

LOURO, G. L. O currículo e as diferenças sexuais de gênero. In: COSTA, M. V. (Org.) **O currículo nos limiares do contemporâneo**. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

_____ **Gênero, Sexualidade e Educação:** Uma perspectiva pós estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.

MENDONÇA, Martha. Televisão. Juventude humanizada. **Revista Época**, São Paulo: Editora Globo, n. 335, out. 2004, p. 116-117.

PROGRAMA MALHAÇÃO. Rio de Janeiro: Globo, 10 ago. 2004.

PROGRAMA MALHAÇÃO. Rio de Janeiro: Globo, 06 abr. 2007.

REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 946, 08 ago. 2004.

REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n. 1015, 29 mar. 2007.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2, jul./dez. 1995.

SPOSITO, N. E. C. **Concepções de estudantes do ensino médio sobre a nutrição vegetal**. 2001, 156 f. dissertação. (Mestrado em Educação) Universidade Estadual Paulista. São Paulo, SP, 2001.

VIANA, C.; UNBEHAUM S. Gênero na educação básica: quem se importa? Uma análise de documentos de políticas públicas no Brasil. **Educação e Sociedade**, São Paulo: Cortez, v. 27, maio/ago 2006.

WORTMANN, M. L.; VEIGA-NETO, A. **Estudos Culturais da Ciência & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.