

## Release

### **Pesquisa destaca papel do cinema na propagação de estereótipos de gênero**

Eliane Campelo - DRT n.264/TO

A influência ou eficiência da mídia audiovisual na propagação e perpetuação de estereótipos (interseccionais) femininos de gênero é objeto de análise do artigo **“Estereótipos de Gênero e Papéis Modelo: #Mais Mulheres Maravilha nos Cinemas”** da pesquisadora Sandra de Souza Machado. O estudo, publicado na Revista Observatório Vol. 3 N.6, reúne percepções e resultados de importantes pesquisas como a do Laboratório de Análise e Interpretação de Sinais, da Universidade do Sul da Califórnia (USC) e o relatório da Organização Não Governamental *Common Sense Media*, “Observando Gênero: como os estereótipos nos filmes e na TV impactam o desenvolvimento das crianças” que atestam serem “os estereótipos de gênero nos filmes e em programas de TV mais que persistentes. Eles são incrivelmente eficazes em ensinar às crianças o que a cultura local/nacional/global espera de meninos e meninas”.

A autora destaca em sua análise produções do mundo audiovisual como *Wonder Woman* (Mulher-Maravilha, EUA, 2017), *Hidden Figures* (Estrelas Além do Tempo, EUA, 2016), e *Girls Trip* (EUA, 2017), por se tratar de “filmes dirigidos e/ou roteirizados e produzidos por mulheres, com personagens principais femininas procedentes das diversidades etnoraciais e, cujos sucessos

levantaram ondas de elogios tanto da crítica especializada como o triunfo comercial nas bilheterias”.

Uma das pesquisas analisadas foi realizada com pais, mães e responsáveis por crianças americanas e aponta que a TV influencia pesadamente as ideias destas crianças (ou adolescentes). Quando o assunto é “Aparência” 75% das Meninas e 45% dos Meninos são influenciados, dizem os pais; Sobre “Como elas Falam” 54% das Meninas e 57% dos Meninos são instigados; 56% das Meninas e 43% dos Meninos são influenciados quando a questão é “Como Elas Agem em Relacionamentos Românticos” e, quando o tema é “Quais Empregos/Carreiras elas Podem Ter” os pais afirmam que 38% Meninas e 34% Meninos são persuadidos pelos filmes e programas que assistem.

No artigo Sandra de Souza Machado destaca a necessidade de mais papéis modelo positivos/afirmativos nos cinemas, séries televisivas e peças publicitárias para que se alcance a superação das visões tradicionais, simplificadas e estereotipadas da diversidade cultural e comunicacional. E aclara que apesar da aparente mudança na indústria audiovisual ocidental, que parece ter entrado em nova fase dando maior atenção aos papéis interseccionais de gênero, raça e etnia e às questões do empoderamento feminino, dos preconceitos geracionais ou das discriminações contra as populações deslocadas (migratórias) os estudos e pesquisas contradizem esta afirmação.

“A análise automatizada de quase um mil roteiros das produções de cinema, atesta que os estereótipos negativos sobre as mulheres, as raças/etnias, e sobre o envelhecimento são criados e/ou reforçados”. Da análise do tom de linguagem de sete mil personagens em mais de 53 mil diálogos constatou-se que “os homens têm mais de 37 mil diálogos e as mulheres apenas 15 mil, sendo que elas totalizam somente duas mil personagens contra quase cinco mil masculinos”, dentre outras constatações os estudos demonstram que, “na

imensa maioria dos filmes, os papéis femininos não são fundamentais para a trama” diz a autora.

O filme “Mulher-Maravilha”, aponta o artigo, teve uma repercussão inesperada e gerou um desejo de ver outras produções semelhantes nas telonas “é um papel-modelo nos cinemas, e na vida, por representar as aspirações das mulheres: incansável, forte, sábia e (auto)determinada. Ao mesmo tempo, é atenciosa, mostra-se compassiva com outras irmãs (pares) e também com os homens. Possui em si uma carga de positividade, animação, bom humor e dedicação que não fariam feio nas páginas de uma história em quadrinho. Ou em um filme. As meninas, as adolescentes, e as mulheres jovens ou maduras querem e urgem tais e mais personas femininas nas telas. Por isso, uma imediata campanha por *#QueroMaisMulherMaravilha* foi lançada nas redes sociais e nas mídias do Brasil e mundo afora. Tanto pelas organizações e instituições do audiovisual feministas como pelo público”.

De acordo com a pesquisadora é urgente “a necessidade de modelos múltiplos e diversos, que tragam à tona a humanidade real, cotidiana, o ser e o fazer das mulheres, em suas miríades” pois estas pessoas reais com suas vivências e características próprias merecem viver (aparecer) em sociedades (midiáticas) que as representem.

No artigo fica claro que as más representações, os silenciamentos, as omissões, as aculturações e os estereótipos de gênero, nos Meios de Comunicação de Massa (Mass Media), seja no cinema, nas séries televisivas ou nas propagandas, “terminam por fomentar, retroalimentar e perpetuar papéis sociais arcaicos, machistas e misóginos, ao normatizar as violências simbólicas e/ou físicas contra as mulheres”.

### Como citar a pesquisa

MACHADO, Sandra de Souza. ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO E PAPÉIS MODELO: #Mais Mulheres Maravilha nos Cinemas. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 6, p. 354-386, out. 2017. ISSN 2447-4266. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4161>>. Acesso em: (data do acesso). doi: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p354>.