

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN
CAMPUS AVANÇADO DE PATU – CAP
DEPARTAMENTO DE LETRAS – DL
CURSO DE LETRAS

DÉBORA CARULINE PEREIRA SILVA

A IDENTIDADE DA MULHER NA MÍDIA DIGITAL: UMA ANÁLISE DISCURSIVA
DA PÁGINA “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”

PATU/RN
2017

DÉBORA CARULINE PEREIRA SILVA

**A IDENTIDADE DA MULHER NA MÍDIA DIGITAL: UMA ANÁLISE DISCURSIVA
DA PÁGINA “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”**

Monografia apresentada ao Departamento de Letras - DL, do *Campus* Avançado de Patu – CAP, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN, como requisito obrigatório para a obtenção do título de licenciada em Letras, com habilitação em Língua Portuguesa e suas respectivas literaturas.

Orientadora: Prof^a Ma. Maria Leidiana Alves.

© Todos os direitos estão reservados a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

**Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.**

P436i Pereira Silva, Débora Caruline
 A identidade da mulher na mídia digital: Uma análise da página "Moça, você é machista". / Débora Caruline Pereira Silva. - UERN, 2017.
 41p.

Orientador(a): Profa. M^a. Maria Leidiana Alves.
 Monografia (Graduação em Letras (Habilitação em Língua Portuguesa e suas respectivas Literaturas)).
 Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

1. Letras (Habilitação em Língua Portuguesa e suas respectivas Literaturas). I. Alves, Maria Leidiana. II. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. III. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pela Diretoria de Informatização (DINF), sob orientação dos bibliotecários do SIB-UERN, para ser adaptado às necessidades da comunidade acadêmica UERN.

DÉBORA CARULINE PEREIRA SILVA

**A IDENTIDADE DA MULHER NA MÍDIA DIGITAL: UMA ANÁLISE DISCURSIVA
DA PÁGINA “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”**

Monografia apresentada ao Departamento de Letras - DL, do *Campus* Avançado de Patú – CAP, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN, como requisito obrigatório para a obtenção do título de licenciada em Letras, com habilitação em Língua Portuguesa e suas respectivas literaturas.

Aprovada em 26/11/2017.

Banca Examinadora

Orientador (a): Maria Leidiana Alves
Instituição: UERN

1º examinador (a): Francisco Vieira da Silva
Instituição: UFRSA

2º examinador (a): Luciana Fernandes Nery
Instituição: UERN

À minha vó (*in memoriam*), por todo amor e dedicação durante
seus 93 anos.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, nada disso teria sido possível sem o meu Deus, fonte inesgotável de amor por mim; àquele em quem deposito toda a minha confiança e fé.

Aos meus pais, em especial a minha mãe, pois durante os 4 anos de curso soube ser meu alicerce durante os momentos de dificuldade, me ensinando que a educação transforma vidas.

À minha avó Joana (*in memoriam*) que se orgulharia em partilhar comigo essa conquista singular em minha vida.

Ao meu namorado João Pedro, aquele que sempre está comigo sendo fonte de amor e apoio. Sem você eu não teria chegado até aqui.

Aos professores Ananias Silva e Francisco Vieira, por terem me enveredado no caminho da Linguística e da Análise do Discurso. Vocês me mostraram um mundo novo; algo apaixonante.

À professora e amiga Guianezza Saraiva, por ter me apresentado o mundo fantástico da identidade da mulher.

Ao *Campus* de Patu, por toda acolhida durante os anos de graduação.

À minha professora, orientadora e amiga Maria Leidiana, pela sua colaboração no âmbito da minha formação.

À todos, minha eterna gratidão.

“Precisamos mudar a cultura de que é a mulher quem cuida da casa e dos filhos”. (Luciana Genro)

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar o processo de construção dos (efeitos de) sentidos dos discursos sobre a mulher na atualidade, a partir do estudo da representação feminina no texto midiático de humor e crítica, refletindo acerca da identidade da mulher na mídia, considerando os aspectos discursivos dessa classe, analisando sua(s) identidade(s) mostradas na página de Facebook “Moça, você é machista”. Para isso, nosso *Corpus* é composto de cinco (5) enunciados que foram escolhidos em tempos diferentes de publicação, visto que estes abordam questões referentes aos diversos papéis que a mulher vem desenvolvendo atualmente, bem como a identidade que é construída através dos enunciados na página. Escolhemos realizar uma pesquisa descritiva e bibliográfica, já que trabalhamos com materialidades discursivas retiradas de uma página da internet, descrevendo-as e analisando-as. Nosso aporte teórico se fundamenta nos trabalhos sobre identidade abordados por Bauman (1925) e Hall (2004). Sobre Análise do Discurso, nos baseamos nos trabalhos de Foucault (1960), Silva (2017) e Friedan (1973), além de autores que refletem sobre a figura da mulher na mídia, como Cruz (2008). Com isso, os resultados obtidos propiciaram conhecer mais a figura feminina na mídia, além de mostrarmos como os enunciados discursivos abordam a questão da identidade da mulher, refletindo, também, sobre o poder que a mulher está conquistando tanto profissional, como pessoalmente. Neste caso, percebemos que o perfil construído pela sociedade é o de mostrar uma mulher subordinada, e que é criticada por exercer papéis vistos como impróprios para o gênero. Já a construção e desenvolvimento de sua identidade se dá a partir do momento em que a mulher mostra seu desenvolvimento pessoal e profissional, passando a criticar os padrões estabelecidos pela sociedade. Assim, percebe-se o empoderamento que a mulher moderna vem construindo através dos tempos.

Palavras-chave: Discurso. Identidade. Mulher. Mídia Digital.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the construction process of the (effects of) senses of the discourses on the woman in the present time, from the study of the feminine representation in the mediatic text of humor and critic, reflecting on the identity of the woman in the media, considering the evolution aspects of this class, analyzing their identity (s) reflected in the Facebook page "Moça, você é machista". For this, our Corpus is composed of five (5) statements that were chosen at different times of publication, since they address questions regarding the various roles women are currently developing, as well as the identity that is constructed through the statements on the page. We chose to accomplish out a descriptive and bibliographical research, since we work with discursive materialities taken from a web page, describing them and analyzing them. Our theoretical contribution is based on the studies on identity approached by Bauman (1925) and Hall (2004). On Discourse Analysis, we are based on studies by Foucault (1960), Silva (2017) and Friedan (1973), as well as authors who reflect on the figure of women in the media, such as Cruz (2008). Thereby, the results obtained allowed to know more the female figure in the media, besides showing how the statements discursive show the question of the identity of the woman, also reflecting on the power that the woman is conquering both professional and personal. In this case, we perceive that the profile built by society is to show a subordinate woman, and that is criticized for exercising roles seen as unfit for the gender. Already the construction and development of their identity is from the moment the woman shows her personal and professional development, starting to criticize the standards established by society. Thus, can see the empowerment that the modern woman has been building over time.

Keywords: Statements discursive. Identity. Woman. Media.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS..... | 01 |
| 2. BREVE HISTORIOGRAFIA DA AD..... | 05 |
| 2.1 TRAÇOS FOUCAULTIANOS NOS ESTUDOS DISCURSIVOS..... | 07 |
| 3. A QUESTÃO DA IDENTIDADE..... | 10 |
| 4. A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA: BREVES CONSIDERAÇÕES..... | 13 |
| 5. “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”: A IDENTIDADE FEMININA NA MAIOR PÁGINA FEMINISTA DO PAÍS..... | 16 |
| 5.1 A IDENTIDADE DA MULHER NA MÍDIA: “BELA, RECATADA E DO LAR”?..... | 18 |
| 5.2 O PODER CONQUISTADO: O DISCURSO EMPODERADO DA PROFISSIONAL NO SÉCULO XXI..... | 22 |
| 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 28 |
| 7 REFERÊNCIAS | |

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As práticas discursivas construídas na mídia são formas simbólicas que veicularam noções existentes na sociedade, reproduzindo crenças, valores e identidades sociais, retratando alterações históricas, e contribuindo para a transformação das relações sociais. (CRUZ, 2008). Diante dessas práticas discursivas, é importante relatar que o trabalho com a mulher na mídia lhe dá direito à comunicação, levando em conta o caráter feminista e a igualdade de gênero, já que essa(s) questão (õe) repercute(m) muito nas esferas sociais de comunicação.

Nesse sentido, é necessário compreender a identidade da mulher na mídia como um processo de transformação, visto que, para Stuart Hall (2004, p.109) “é precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em lugares históricos e institucionais específicos”.

Sendo assim, a pesquisa que desenvolvemos parte da Análise do Discurso de linha francesa, tendo como objetivo principal analisar o processo de construção dos (efeitos de) sentidos dos discursos sobre a mulher na atualidade, a partir do estudo da representação feminina no texto midiático de humor e crítica; refletindo acerca da identidade da mulher na mídia, considerando os aspectos de evolução dessa classe, analisando sua(s) identidade(s) refletida(s) na página “Moça, você é machista”.

Assim, optamos por desenvolver uma análise baseada na identidade construída através dessas materialidades, visando, através destas, o fator identitário que a mulher desenvolve, bem como seu comprometimento social com aquilo que faz.

Considerando o objetivo de nossa pesquisa, as materialidades discursivas que iremos analisar foram retiradas da página de Facebook “Moça, você é machista?”, que tem como intuito criticar as diversas formas de expressão referentes aos papéis que, segundo convenções sociais, as mulheres não podem exercer na sociedade. Sendo assim, as postagens trazidas são uma forma de criticar e ironizar, mostrando que a mulher moderna está cada vez mais empoderada e realizando atividades que são motivo de preconceito na sociedade. Como forma de delimitar o nosso estudo, optamos por analisar os enunciados que trazem simbologias da evolução feminina durante os anos.

Com base nisso, pretendemos refletir acerca de alguns questionamentos, advindos dos objetivos de nosso trabalho: Como se dá o processo de construção e efeitos de sentido nos discursos sobre a mulher na atualidade na página “Moça, você é machista”? Como as estratégias discursivas são mobilizadas através dos memes de humor e crítica criados nessa página? Como é considerada a identidade da mulher em materialidades discursivas nessa página, visando o perfil da mulher moderna e o seu desenvolvimento social? A partir desses questionamentos que pretendemos responder, obteremos a análise desta pesquisa.

O interesse por essa temática surgiu pelo fato de considerarmos que a cultura midiática (principalmente com relação à identidade da mulher moderna) consegue alcançar uma grande massa social, e assim envolver as pessoas, influenciando em suas vidas, pois, conforme Araújo (2016, p.3), “a mídia consegue influenciar e atrair”.

A escolha desse tema também se deu pelo fato de sua pesquisadora se interessar pelo trabalho com a identidade da mulher, optando por trabalhar com essa construção abordada na mídia, mais especificamente, em uma página de Facebook, pois para muitos o “ser feminino” ou “ser feminista” é algo gerador de conflitos e problemáticas sociais. Mas o que devemos levar em consideração é que trabalhar com a identidade da mulher só nos vem mostrar a capacidade de se desenvolver o interesse social das mulheres e promover práticas que diminuam o preconceito gerado em torno desse grupo social.

Considerando a relevância de se trabalhar com esse objeto de estudo, optamos por esta análise, visando o conhecimento e identificação da identidade da mulher moderna em enunciados postados na página “Moça, você é machista”, procurando analisar como as estratégias discursivas são mobilizadas através dos memes. Essa investigação é importante, também, para compreendermos os papéis identitários que a mulher desenvolve na sociedade moderna, visto que, antes não podiam realizar tais tarefas, pois como afirma Friedan (1963):

O problema de identidade era então novo para a mulher. As feministas foram pioneiras na própria vanguarda da evolução feminina. Precisavam provar que a mulher era humana. Precisavam despedaçar, com violência, se necessário, a estatueta de porcelana que representava a mulher ideal do século passado. Precisavam provar que ela não era um espelho vazio, passivo, uma decoração inútil, um animal sem inteligência, um objeto a ser usado, incapaz de interferir no próprio destino, antes de começarem a

combater pelo direito de igualdade com o homem. (FRIEDAN, 1963, p.71-72).

Podemos considerar, também, que discussões geradas em torno do ser uma mulher moderna traz com esse tema questões de cunho social, relevantes para o propósito da pesquisa. Dentro desse contexto, esse trabalho servirá como fonte para outros estudos sobre a construção da identidade feminina na mídia.

Sabendo que nosso objetivo principal é analisar a identidade feminina em discursos midiáticos na página de Facebook “Moça, você é machista”, mobilizando, também, as estratégias discursivas que foram usadas na construção dos enunciados discursivos, o *corpus* deste trabalho será constituído por uma série enunciativa de discursivos, com períodos de publicação diferentes, visando compreender as identidades discursivas expressas por meio dessas postagens. Como critérios de seleção, além de períodos diferentes, optaremos por enunciados discursivos que abordem a temática do desenvolvimento profissional que a classe feminina vem conseguindo atualmente.

Quanto aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa é qualificada como descritiva e bibliográfica, pois iremos analisar discursos trazidos dentro de memes postados em uma rede social, já que, segundo Andrade (2009, p.14), na pesquisa descritiva os fatos são observados, analisados, classificados e interpretados sem que o pesquisador interfira neles.

Quanto às técnicas de pesquisa, esta caracteriza-se como pesquisa documental, já que analisaremos registros de enunciados obtidos através de postagens de uma página, coletando-os, organizando-os e analisando-os.

Para tanto, nossa fundamentação teórica se sustentará em trabalhos sobre identidade abordados por Bauman (1925) e Hall (2004). Sobre questões midiáticas, nos fundamentamos nos estudos de Vieira (2017) e Friedan (1973). Com embasamento para a análise discursiva e identitária, pelos estudos estruturalistas de Foucault (1960).

Portanto, nosso trabalho está dividido na seguinte sequência: primeiro apresentaremos uma breve introdução, em seguida discutiremos sobre as questões de identidade, bem como na identidade cultural na pós-modernidade, agregando conhecimentos acerca da identidade da mulher, abordando conceitos

sobre mídia. Por fim, trabalharemos com as questões e conceitos discursivos de linha francesa, adotados pelos estudos de Foucault.

Com relação a nossa análise, esta é composta de três capítulos: O primeiro, trás uma breve contextualização sobre como se deu o processo de criação da página. O segundo e terceiro são o ponto forte da análise, já que trazem os enunciados discursivos para avaliação.

2. TEORIZANDO A ANÁLISE DO DISCURSO

A AD (Análise do Discurso) caracteriza-se como uma disciplina e constitui-se através da ligação de diversas áreas do conhecimento. A proposta de Pêcheux (1969) é ligar âmbitos que vão desde a articulação das ciências sociais, até o estudo de disciplinas como Linguística, Teoria do Discurso e Psicanálise, visto que essa área de estudo surgiu na França, mas precisamente na década de 60, e objetivava unir as concepções de ideologia, com a linguagem da Linguística.

Para Pêcheux, era inadequado (e por isso inaceitável) manter o abismo reinante entre a prática linguística (como tentativa de produção a-política de discursos sobre a linguagem pela “ciência” linguística) e a prática política (como conjunto de atividades que pressupunham o mito da transparência da linguagem). (GARCIA, 2003, p.122).

Fazendo referência à constituição heterogênea da Análise do Discurso, foram articuladas três dimensões de estudo para essa área que procurava “unir” correntes e postular teorias. Pêcheux & Fuchs (1975) as aborda da seguinte maneira:

[...] 1 materialismo histórico, como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
1 a Linguística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo;
2 a teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos. (PÊCHEUX & FUCHS, 1975, p. 47).

Logo, essa corrente, se assim quisermos chamar, contribui fielmente para que o discurso se torne um fio condutor na produção de sentidos de um determinado campo.

Nesse sentido, a preocupação advinda da construção da Análise do Discurso veio através da necessidade de se construir um processo discursivo que mantivesse, também, relações com a ideologia.

Courtine (1981), distingue a “ordem do discurso” com a “ordem da língua”, para isso, o autor postula um enunciado defendendo a relação entre língua e ideologia e sua contribuição para a formação da AD.

(...) o discurso materializa o contato entre o ideológico e o linguístico: por um lado, representa, no interior da língua, os efeitos das contradições ideológicas e, inversamente, manifesta a existência da materialidade linguística no interior do ideológico. A adoção de uma concepção especificamente discursiva deve evitar reduzir o discurso à análise da língua, ou dissolvê-lo no trabalho histórico sobre a ideologia, tomada enquanto “representação”. Trata-se de ter ao mesmo tempo a análise linguística (...) e a análise histórica das condições de formação dos conjuntos ideológicos como o discurso”. (COURTINE, 1981, p.147).

Com isso, é possível estabelecermos uma definição discursiva histórica para tais materialidades, já que, ainda segundo Courtine (2009) é necessário investigar as relações entre essas materialidades intradiscursivas e interdiscursivas.

Para tanto, a AD ocupava-se em analisar apenas os textos escritos – tendo como exclusividade os textos políticos. A partir dessas materialidades, viu-se a importância de analisar/estudar, também, aqueles discursos (intradiscursos) provenientes de esferas cotidianas, o poder “dos discursos televisivos, na influência exercida pelo texto midiático imagético” (VIEIRA, 2017, p.46).

O “texto midiático imagético”, o alvo principal de nossa análise, torna-se foco das (re)configurações da AD, sendo que, atualmente, essa “linha imagética” precisa ser uma ferramenta de investigação. É necessário salientarmos que os estudos na área de Análise do Discurso são múltiplos. Desde muito tempo esses estudos permeiam as academias, fazendo com que essa linha se manifeste em outros âmbitos.

Para tanto, cabe-nos saber que a AD adentra em diversos âmbitos que optem por analisar discursos e suas formações, visto que suas transformações também são alvo de questionamentos e trabalhos discursivos. Estudar a Análise do Discurso é construir um leque de possibilidades que geram pesquisa.

Com isso, no tópico seguinte, apresentaremos algumas abordagens e contribuições foucaultianas nos estudos discursivos que propomos fazer, visto que trabalharemos com a análise de linha francesa.

2.1 Traços foucaultianos nos estudos discursivos

[...] me divirto com a diversidade das maneiras como tenho sido julgado e classificado”. (FOUCAULT, 1999, p.19).

Com a epígrafe que inicia este subcapítulo, damos início a uma discussão do papel de Foucault na AD, e que contribuições trouxe para os estudos discursivos. Assim, seu estudo pode ser caracterizado em três distintos momentos: arqueológica, genealógica e ética. A primeira trás uma intensa dualidade entre linguagem e discurso; a segunda é representada pelo poder subjetivo que o homem exerce, e a terceira, vista como algo caracterizado pelos diversos saberes, e as relações de poder entre sujeitos.

Diante dessas peculiaridades, foi pensada uma AD que tivesse traços foucaultianos, e que, junto com os estudos de Pêcheux, trouxesse vieses contribuintes para uma linha francesa. Nesse caso, pensamos uma formação discursiva, visto que esta é “influenciada pela luta de classe, determina o que pode e o que deve ser dito”. (VIEIRA, 2017, p.56).

Em sua obra *A Arqueologia do Saber*, o filósofo francês nos propõe uma maneira de pensar através de seus estudos e postulados, nos proporcionando uma nova maneira de construção de pensamento. Com enfoque para o título da obra e seu significado para o discurso vemos que,

o uso da palavra arqueologia remete ao procedimento de escavar verticalmente as camadas descontínuas dos discursos pronunciados sem, no entanto, procurar depreender as estruturas universais presentes em qualquer conhecimento ou qualquer ação moral. (AZEVEDO, 2013, p.149).

As formações discursivas abordadas nesta obra são concebidas a partir de elementos compostos como: ordem, correlação, funcionamento e transformação. Assim, essa formação consiste “no conjunto de enunciados que não se reduzem a objetos linguísticos, tal como as proposições, atos de fala ou frases, mais submetidos a uma mesma regularidade e dispersão na forma de uma ideologia, ciência, teoria e etc”. (AZEVEDO, 2013, p. 155).

A análise de formações discursivas se dá a partir do momento em que construímos algum enunciado, determinando o que deve ou não ser dito, para que,

através dele os acontecimentos venham a imergir. Segundo Foucault (1969, p.135) “Um enunciado pertence a uma formação discursiva, como uma frase pertence a um texto, e uma proposição a um conjunto dedutivo”. A partir dessa fala, vemos aí a junção de “formação” que dá sentido a palavra “discurso”.

Foucault (1969) também cita a importância dos enunciados na(s) prática(s) discursiva(s) e formação de um discurso, já que, para ele, um conjunto de enunciados constitui um discurso. Vejamos que:

A lei dos enunciados e o fato de pertencerem à formação discursiva constituem uma e única mesma coisa; o que não é paradoxal, já que a formação discursiva se caracteriza não por princípios de construção, mas por uma dispersão de fato, já que ela é para os enunciados não uma condição de possibilidades, mas uma lei de coexistência, e já que os enunciados, troca, não são elementos intercambiáveis, mas conjuntos caracterizados por sua modalidade de existência”. (FOUCAULT, 1969, p.135).

Considerando a importância dos enunciados e a importância de compreender os mesmos para a análise discursiva, Foucault (1969, p.25) diz que “[...] trata-se de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que podem estar ligados [...]”.

Assim, a AD francesa também nos faz (re)pensar sobre a função do discurso, mais especificamente da análise do discurso, que é estudar a língua e sua função em relação ao sentido, visto que se faz necessário compreender os diferentes discursos que circulam na sociedade, sejam eles políticos ou do cotidiano particular de cada um.

Consideramos como discurso “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo espaço, que definiram em uma dada época, e para uma área social, econômica, geográfica, ou linguística, dada as condições de exercício da função enunciativa”. (FOUCAULT, 1960, p.43). Dessa forma, o discurso que ouvimos, vemos ou analisamos é estabelecido através das condições favoráveis a uma determinada instituição, visto que o campo social também está relacionado com essas situações.

Ainda compreendendo a noção de discurso e vendo que este está estritamente ligado à questão de enunciados, devemos reconhecer que as práticas

discursivas e suas relações são apresentadas em forma de “objetos instáveis” (AZEVEDO, 2013, p.156).

Desse modo, podemos notar que os discursos mantêm fortes relações com o que falamos, já que as palavras são um viés para essa formação. Somos humanos, e nessa prática discursiva vemos que a linguagem nos favorece de tal maneira que a pomos em prática constantemente na sociedade, visto que nos tornamos sujeitos apropriados discursivamente. “Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irreduzíveis à língua e o ato de quem fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever. (FOUCAULT, 1960, p.56). Para tanto, devemos compreender que um fator importante na análise discursiva é a linguagem que é utilizada; as formas de pensar, agir, se comunicar, trocar experiências e estabelecer relações com a sociedade.

Na obra foucaultiana “Arqueologia do saber”, termos como “discurso” e “enunciado” são trabalhados detalhadamente, trazendo à tona suas concepções, filosofias e científicas, já que Foucault não faz distinção entre ambas, pois, para ele, “a ideologia não exclui a ciência”. (FOUCAULT, 1960, p.210). Com isso, Foucault deixa claro que o discurso e a AD estão impregnados com as formas atuais de poder, visto que, discursivamente falando, as atividades arqueológicas são de fundamental importância nessa linha de pesquisa.

3 A QUESTÃO DA IDENTIDADE

As identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas”. (BAUMAN, 1925, p. 19).

Na epígrafe que abre este capítulo, vemos um fragmento de Bauman (1925, p.23) acerca de qual papel a(s) identidade(s) desempenham na sociedade contemporânea, cultural e social globalizada. Devemos considerar a fase do “pertencimento”, fase esta que está ligada assiduamente com a construção da identidade. Essa questão surgiu como forma de um determinado estado (re)conhecer suas diversas identidades, entrando em uma zona de pertencimento de cada indivíduo.

As identidades estão em constante trânsito, provenientes de diversas fontes, quais sejam aquelas disponibilizadas por terceiros ou acessíveis através de nossa própria escolha. Esse fenômeno humano se fortalece pela centralidade que o homem assume como indivíduo considerado portador de cultura, inteligente, biologicamente maduro e ligado a outros seres humanos na ação e no sentimento coletivo”. (MADALENA, 2013, p.1).

Diante disso, a *internet* torna-se um meio para que as identidades surjam e entrem em destaque, construindo algo que existe, ou que seja fictício, para assim construir sua própria escolha. Madalena (2013) diz que a internet é um facilitador dessa construção, pois é um ambiente que, através de sua vasta rapidez, gera comunicação. Com isso, a internet vem a ser um facilitador desse meio de comunicação, visando a identidade que é construída através das culturas que tem e da inteligência biológica que adquire. Bauman também fortalece a crítica de que as relações virtuais não podem ser um substituto para o “sentar-se à mesa”, ou “olhar o rosto das pessoas e ter uma conversa normal”. (MADALENA apud BAUMAN, 2013, p.2).

As nossas atitudes, geradas através do mundo “líquido-moderno” (BAUMAN, 1925, p.25) nos fazem construir uma identidade apropriadamente cultural, gerada através das coisas que vemos, ouvimos e muitas vezes atribuímos ao nosso

pensamento. Na busca por uma identidade nos sentimos inseguros, manifestando o desejo de ver na *internet* uma fonte criadora de laços. Na maioria das vezes o sentimento de “segurança” acaba por trazer um desconforto, pois em um mundo virtualmente globalizado, o caráter atemporal da internet e de suas ferramentas vem a quebrar o que se está buscando.

Diante dessas mudanças que a busca por identidade vem trazer, Bauman (1992, p.23) diz que “fortuitos e totalmente imprevisíveis, daquilo que por falta de nome chamamos de forças da globalização”, a internet e os meios de comunicação transformam nossa identidade em algo mecanizado e irreconhecível.

Alguns teóricos acreditam que a questão das identidades vem entrando em uma grave crise, já que “as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade estão se transformando em identidades pessoais” (HALL, 1992, p.9), sendo que esses processos de mudança se remetem, também, a pós-modernidade, que cada vez mais se torna abrangente.

Com isso, são enfatizadas três concepções, adotadas por Hall (1992) para identidade, sendo estas referentes aos sujeitos: Sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno.

O sujeito do iluminismo, diz o autor, está baseado em uma concepção que traz o indivíduo como centro único e que depende de suas ações, consciência e capacidades de razão, já que se desenvolve a partir da identidade de uma só pessoa, individual, ou seja, o conceito de identidade está estritamente ligado ao que você é, ao que você se constituiu e como sua identidade vem sendo construída.

O sujeito sociológico reflete a posição moderna acerca de alguma problemática, ou seja, não era autônomo, necessitando de outros seres para existir, visto que “essas pessoas” precisavam ser importantes na construção da identidade desse ser, “a identidade é formada na “interação entre o eu e a sociedade”. (HALL, 1992, p.11). Nessa concepção parte-se do princípio de que o que você é na sociedade também revela algo sobre a identidade que você construiu, pois a sociedade muitas vezes nos impõe formas e maneiras de nos comportarmos. Por exemplo: Se alguém vê na sua identidade a imagem de um homossexual, mas a sociedade não respeita isso, a interação entre esses dois fará com que sua identidade venha a ser “mascarada”, deixando transparecer ser algo/alguém que não é.

E, por fim, aparece o sujeito pós-moderno, sendo considerado o mais digno de pesquisas e trabalhos, pois este não tem consigo uma identidade fixa ou permanente. Esse sujeito assume diversas posições, dependendo do momento e local em que está inserido. Como exemplo disso, temos a figura do ser humano: este se constrói a partir de suas vivências, motivações, ideais, entre outros. A sua identidade está sujeita a modificação, desde que partamos do princípio de que “a identidade é líquida” (Bauman, 2005, p. 35) e varia de acordo com tempo, espaço, ou condição social, visto que o que está em jogo na questão das identidades é a situação em que esta está se desenvolvendo.

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não de algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. (HALL, 1992, p.38).

De fato, a identidade é construída por um processo consciente ou inconscientemente, visto que é inacabada. Portanto, a questão da identidade sempre será alvo de discussões, visto que nos tornamos vulneráveis à era da globalização e o pós-moderno vem cada vez mais entrando em nossas vidas e interferindo no nosso processo de construção identitária.

As forças globais que nos nutrem e nos destroem, em certas ocasiões, podem ser quebradas se cada um de nós pudéssemos vir e assumir nosso papel como construtores de uma identidade local, em que cada um vive de acordo com o que pensa e dando fim a um mundo de disputas ferrenhas e que acarretam tantos malefícios. “Qualquer um que defenda “identidades locais” como um antídoto contra os malefícios dos globalizadores está jogando contra eles – e está nas mãos deles”. (BAUMAN, 1925, p. 95).

É necessário também que possamos enxergar que a construção e a reconstrução das identidades são para toda a vida, independente de quantas tenhamos. Estas são “para usar e exibir, não para armazenar e manter” (BAUMAN, 1925, p.96), sendo que em nosso dia-a-dia fazemos isso através dos meios eletrônicos e tecnológicos, utilizando a globalização também como fruto cítrico que pode trazer benefícios.

4. A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA: BREVES CONSIDERAÇÕES

“Vivemos em um mundo visual, em uma sociedade de imagens, em uma cultura da mídia”. (CRUZ, 2008).

A representação da mulher na mídia digital está cada vez mais crescente, visto que a classe feminina vive a busca constante de empoderamento e mais condições sociais que favoreçam o seu desenvolvimento. Portanto, é necessário para quem vive no “mundo midiático” saber lidar com as situações, entender e interpretar enunciados que, na maioria das vezes, são frutos de preconceitos.

Atualmente a mídia tem despertado um crescente interesse de estudo, análises e reflexões no meio acadêmico. Vivemos em um mundo visual, em uma sociedade de imagens, em uma cultura de mídia. Portanto, é relevante para quem vive imerso em uma sociedade da mídia e consumo, aprender a conviver neste ambiente midiático, aprendendo como lidar com as imagens e seus significados, resistindo a sua manipulação. (CRUZ, 2008).

Assim, a cultura midiática que discursiviza a mulher está cada vez mais tomando proporção, se associando também às representações de gênero, devendo ser formuladas a partir do que é ser masculino e ser feminino. As práticas discursivas existentes na mídia são transformadas a cada valor que reproduzimos. Por exemplo, se optamos por falar da representatividade da mulher na mídia, é necessário que conheçamos suas crenças e valores, além de sua(s) identidade(s), para que possamos retratar sua historicidade naquele contexto midiático.

Cruz (2008, p.7) ressalta que “o movimento feminista junto com alguns setores da sociedade vem fazendo o trabalho de conscientização e crítica da forma como a imagem da mulher vem sendo abordada na mídia”, visto que esta está muitas vezes sendo “espetacularizada” por parte de alguns, visando o papel da mulher como alvo de críticas.

Ao utilizar a figura da mulher na mídia uma série de questionamentos surgem: Como ela exerce papéis? Por que está ali? O que falar diante do preconceito? Percebemos que no contexto midiático a representação da mulher é tomada a partir de suposições que, na maioria das vezes, são alvo de preconceito. “O discurso

publicitário para representar homens e mulheres, utiliza padrões de categorização, hierarquização e ordenação da realidade e das relações que se efetuam entre homens e mulheres dentro da sociedade”. (CRUZ, 2008).

Para tanto, as mulheres têm buscado estratégias para fissurar o discurso masculino construído e estabelecido socialmente, recriando um forte sentido de identidade, reestruturando seu mundo, procurando dar um novo significado, ressignificando seu presente na dinâmica que se processa nas diferentes culturas. (SILVA, 2009).

Na publicidade, vemos que a imagem da mulher está cada vez mais crescente, mesmo sendo através de propagandas extravagantes, propagandas de exibição como uma “mercadoria”, ou através de sites feministas que buscam o realce e empoderamento da figura feminina na mídia. Se considerássemos, por exemplo, a utilização das propagandas de cerveja, vemos que o papel da mulher (são usadas as que mais têm fama nos meios midiáticos) é oferecer algum produto a um determinado público: O masculino. Sendo assim, são essas representações que constroem uma determinada imagem, seja ela de má ou boa qualidade.

Cruz (2008, p.4) ressalta que “o movimento feminista junto com alguns setores da sociedade vem fazendo um trabalho de conscientização e crítica da forma como a imagem da mulher vem sendo abordada na mídia”. O objetivo principal é mostrar que a figura da mulher não está vinculada apenas a propagandas que exibam o corpo, ou tratem a mulher como objeto “de consumo”. Assim, para que esse exibicionismo não tome forma foram arquitetadas leis que proíbem a utilização de imagens femininas como forma de exaltar a pornografia.

Em alguns meios publicitários, a imagem da mulher mostra um ser que utiliza do seu corpo para vender algo, como uma mercadoria. Em outros casos, a mulher só pode aparecer se for como forma de submissão ao homem, visto que sua figura não pode, de maneira alguma, enaltecer o ser empoderado que existe sobre a classe feminina.

Lourenço (2014, p.10) diz que “a figura do homem na publicidade não é o centro das atenções, ao contrário da figura feminina, que é amplamente analisada e divulgada, a fim de que a sociedade reaja contra a estereotipização deste público”.

Atualmente muitas mulheres têm lutado por questões como igualdade, respeito e liberdade de expressão, e isso é facilmente encontrado nas mídias digitais, já que estas estão sendo, na maioria das vezes, um facilitador comunicativo

entre grupos sociais. E este é o primeiro indício de que a mídia inteira precisa saber que as mulheres possuem vez e voz.

5 “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”: A IDENTIDADE FEMININA NA PÁGINA DE FACEBOOK

“Ainda é preciso lutar para ser uma mulher livre”. (ROSSI, 2015).

1

Andréa Bennetti e Marília Freitas Rossi são as fundadoras da página que começou a cativar públicos e a mostrar o lado feminista de ser, quebrando *tabus* e protocolos impostos pela sociedade preconceituosa. Ambas, consideradas transexuais, deixaram seus verdadeiros nomes de lado (Victor e Erik) para dar luz a nomes próprios para os novos perfis que começaram a exercer.

A vontade de buscar uma igualdade de gêneros, maior valorização do transexualismo e vontade de mostrar ao mundo o universo de liberdade fizeram com que as irmãs passassem a mostrar, através de suas postagens, a igualdade universal que gays, lésbicas, travestis, transexuais, além de mulheres oprimidas profissionalmente e fisicamente, o poder que possuem e a força que ambas devem ter para lutar.

O feminismo me fez perceber o quanto a sociedade ainda é desigual em relação aos gêneros. Coloco aos gêneros porque não é só uma relação de opressão de homem para mulher, mas pessoas trans também sofrem opressão da sociedade cisnormativa, por exemplo, nós ainda não temos uma discussão sobre transexualidade. As pessoas ficam invisíveis. O feminismo me ajudou a me desconstruir também enquanto homem. Não preciso ter atitudes machistas e homofóbicas para ser “mais homem”, até porque esse conceito não existe e a questão primordial do feminismo para mim foi a ideia de que sexo biológico e gênero não são as mesmas coisas, eu não preciso ter um pênis para ser homem e uma mulher não precisa ter uma vagina para ser mulher, essa quebra com o determinismo biológico explica muita coisa não só para transgêneros como também para pessoas cis, de que não existe um determinismo e um papel já pré-estabelecido por ser homem ou mulher. Essas coisas são apenas construções sociais, históricas e culturais”. (G1.globo.com).

¹ A página de facebook “Moça, você é machista”, hoje conta com aproximadamente 50 mil seguidores, visto que as postagens da página chegam acerca de 463 mil curtidas e visualizações, sendo considerada a maior página feminista da atualidade. (g1.com.br)

Os criadores da página afirmam que esta atingiu o limite de seguidores em pouco tempo, sofrendo, também, críticas de pessoas que não gostam das publicações, além de homofóbicos e machistas que faziam críticas aos conteúdos publicados. As imagens em forma de memes conseguiam (re) passar a realidade sofrida por pessoas que exerciam sua “identidade de gênero” de forma livre.

As críticas eram tão grandes e vindas de pessoas tão revoltadas e preconceituosas, que por muitas vezes as criadoras da página sofreram ameaças e ataques, não só a elas, mas a família, marido e filhos. Foi então que ambas decidiram “paralisar” a página por alguns meses, ou até que a situação se revertesse/resolvesse. Andrea Benetti, em entrevista ao G1, diz que:

Eu era atacada com ameaças de estupro, meu marido com frases e comportamentos racistas. Acho que me encontraram com mais facilidade porque eu tinha uma exposição maior, já que gravei alguns vídeos e colocamos no YouTube. Eu tive que ficar um tempo afastada a internet (...)” (G1.globo.com / entrevista realizada dia).

Mesmo diante de insultos, calúnias e ameaças, as feministas também receberam muitas mensagens de apoio, algumas pedindo a volta das publicações na página. A história de vida dos irmãos influenciou outras vidas, sendo possível a liberdade de opinião e livre arbítrio para que cada um pudesse ser o que quisesse, relatando experiências de pessoas que também sofrem com o preconceito das pessoas por ter nascido com essa condição. Ninguém escolhe ser homem ou mulher, isso é um fator biológico do ser humano.

O discurso de que a mulher “não pode, nem deve” fazer algo é disseminado nas redes sociais de uma maneira tão forte, que as postagens dessa página chegam a utilizar frases e imagens de abusos (retiradas da internet) para criar uma situação que mostre às pessoas o que a classe feminina/feminista vem sofrendo atualmente. As mulheres são criadas em um mundo machista que demonstra isso, tanto em propagandas, quanto em acontecimentos do dia a dia que só provam mais o quão grande é o preconceito, em muitos casos, “camuflado” através de discursos de ódio.

Mostrar ao mundo questões sobre identidade de gênero também foi alvo das irmãs criadoras da página. Na maioria das vezes, os memes estampados em imagens eram de situações que ocorriam em seu cotidiano. Isso causava revolta,

mas também era forma de conscientizar sobre o descaso com que a(s) questões de gênero são tratadas em pleno século XXI.

A página, até então criada apenas para servir como forma de conscientização no “Dia Internacional da Mulher”, lembra a todos o desafio de lutar pelos direitos todos os dias, não somente nas redes sociais, mas em atitudes de luta e compromisso com o que se prega. Questões como essas nos serviram como motivação para apresentar a outras pessoas a importância que a mulher tem na maior página feminista do Brasil; considerando o empoderamento da mulher moderna e seu desenvolvimento considerável na questão profissional, como fonte maior de análise.

5.1 A Identidade da mulher na mídia: “Bela, recatada e do lar”?

“mas é preciso ter força, é preciso ter raça, é preciso ter gana sempre [...]”
(ELIS REGINA).

Através da epígrafe que abre este subcapítulo, começamos a abordar a questão da identidade da mulher que é demonstrada, também, em letras de música. Força, raça, gana, entre outros, são palavras usadas para mostrar o poder que a mulher está construindo, desconsiderando preconceitos, e lutando para que os mesmos sejam aniquilados.

A expressão “Bela, recatada e do lar” também é utilizada por mulheres no mundo a fim de ser uma forma de criticar os absurdos impostos pela sociedade, visando à mulher apenas como um ser criado para servir ao lar e à sua família, desconsiderando os diversos papéis que ela também pode e deve escolher para ser participante ativa em uma vida social. Assim, a transformação das mulheres ocorreu desde o tempo em que “todas as exigências transformavam as mulheres em seres recatados e sisudos que, no casamento e na família, tinham função específica: a de servir e obedecer como fazem as boas, virtuosas e bem procedidas mulheres”. (PRIORE, 2013, p.40).

Para ilustrarmos essa “imposição”, traremos abaixo um enunciado do gênero meme, em que os discursos contidos dentro da mesma refletem uma crítica ao que algumas mulheres ainda sofrem atualmente.

Figura 1:



Fonte: Página de facebook “Moça, você é machista”.

A imagem que trazemos acima mostra, de forma irônica, como é o conceito de mulher para algumas pessoas. Desse modo, algumas mulheres passam a acreditar que isso é um conceito verdadeiro, e acabam “cedendo” a questões como essas.

Desde muito tempo, a classe social feminina foi criada com um pensamento errôneo de que a mulher é criada apenas para servir ao marido, filhos, e vivendo, na maioria das vezes, sobrecarregada de informações e formações que a faz achar que deve, a todo custo, dedicar-se exclusivamente a atividades domésticas.

Para Bauman (1949, p.36) “identificar-se com... significa dar abrigo a um destino desconhecido que não se pode influenciar, muito menos controlar. Assim, talvez seja mais prudente portar identidades como um manto leve pronto a ser despido a qualquer momento”. Essa, talvez, seja a identidade de uma mulher empoderada, uma mulher que não cede a comentários opressores do que ela é ou deve ser. É algo que se constrói pelas visões de mundo que teve, ou pelo que já sentiu e sofreu.

Na imagem acima, vemos a figura de uma mulher, mais especificamente de uma dona de casa, com avental e material para cozinhar na mão. Ambos os objetos transmitem a ideia de uma figura feita para atuar como dona de casa, dedicando-se à família como um todo. A forma irônica com que a mulher da imagem reage é uma prova crítica de que os conceitos estabelecidos são opressores e agem de maneira

como que a mulher fosse apenas um símbolo “de honra e patrimônio familiar”. (PRIORE, 2013, p.20).

Em contrapartida, temos o enunciado verbal da imagem; discurso que prega, encoraja e manifesta, através de um simples enunciado, o que devemos ser enquanto mulheres. Sabe-se que um discurso é formado a partir de conjunto de enunciados. Diante disso, o enunciado que é visto na imagem acima, nos traz conceitos que, criticamente, nos fazem perceber a importância que eles possuem na construção de sentido do enunciado e da imagem criada da mulher.

O discurso que é visto nessa imagem é algo que deve ser analisado segundo algumas condições, já que, para Foucault (1960) é necessário saber em que regras alguns enunciados foram construídos, ou se foram construídos através de outros enunciados semelhantes.

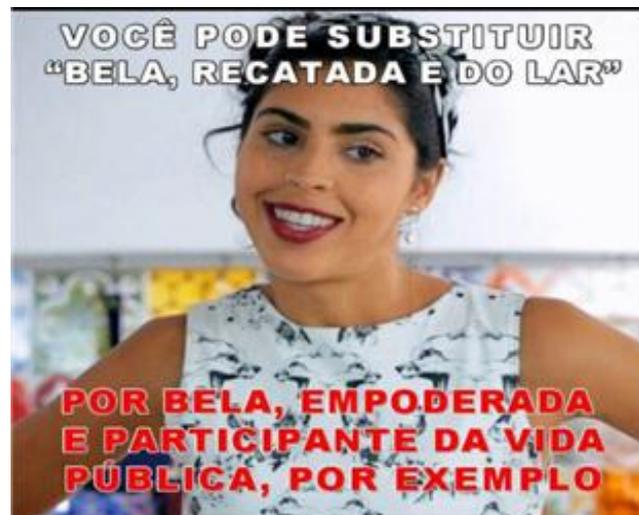
Consideremos então, o enunciado discursivo da imagem 1: “Acha que homem tem obrigação de trabalhar p/ sustentar a casa, e a mulher de ficar em casa cuidando dos filhos? Moçx, você é machista”. Na construção desse enunciado percebemos que seu desenvolvimento se deu de forma irônica, já que é uma crítica ao preconceito de alguns, referente à como a mulher deve se comportar em um casamento.

Mas esse conjunto é tratado de tal maneira que se tenta encontrar, além dos próprios enunciados, a intenção do sujeito falante, sua atividade consciente, o que ele quis dizer, ou ainda o jogo inconsciente que emergiu involuntariamente do que disse ou da quase imperceptível fratura de suas palavras manifestas; de qualquer forma [...]”. (FOUCAULT, 1960, p.36).

Vemos aí o propósito que os criadores da página tiveram ao publicar a imagem: Mostrar que a identidade da mulher não é criada apenas para desenvolver papéis impostos pela sociedade, pois seu perfil vai muito mais além que isso. A intenção foi criticar, justamente, a forma como o ser mulher é visto por alguns, visando os machismos que percorrem pela sociedade.

Sendo assim, o termo “bela, recatada e do lar” combina de forma singular com a crítica que mostramos aqui, crítica que poderia trazer outros enunciados, como diz Foucault, já que, outros discursos poderiam ter sido motivados através dessa imagem, sendo que os mesmos trariam, de forma direta, como é a representação da mulher na sociedade.

Figura 2:



Fonte: Página de facebook “Moça, você é machista”.

Neste segundo enunciado, também temos como aspecto compondo o enunciado do gênero meme a figura de uma mulher, sendo que esta já nos traz um caráter mais superior, empoderado. Seu perfil, cor do batom e roupas nos remontam ao desenvolvimento físico da figura feminina, pois antes sentadas em esteiras no chão, de pernas cruzadas, vestiam apenas camisolões e chinelos e passavam horas em trabalhos manuais [...]” (PRIORE, 2013, p.15). Sendo assim, esta mulher da imagem é vista, para nós, como um ser revolucionado e que já tem consigo o caráter transformador e de mudança.

Assim, para que compreendamos o discurso que está contido nesta imagem precisamos saber que este:

[...] trata de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação exclui”. (FOUCAULT, 1960, p. 38).

Sendo assim, diferente da primeira imagem que trouxemos, o discurso desta é algo direto; que toca incrivelmente o leitor da página, pois este pede para que os “machistas” que acessam a página troquem simplesmente a frase “Bela, recatada e do lar”, por “Bela, empoderada e participante da vida pública”.

Com isso, é necessário que entendamos que essa formação discursiva foi criada para que compreendamos que a mulher pode exercer outros papéis além de ser apenas “bela, recatada e do lar”. Sendo assim, percebemos a relação deste discurso com o usado pela primeira dama Marcela Temer, em entrevista para a revista *Veja*, em que a mesma usa da frase da imagem para dizer como devem se comportar as mulheres casadas, dizendo, ainda, que toda mulher deve usar saias na altura dos joelhos e dedicar-se exclusivamente a cuidar do marido e filhos.

Talvez este seja o motivo maior para a criação do meme e, conseqüentemente, do enunciado discursivo que caracteriza a imagem: Fazer a substituição dos papéis da mulher, pois a figura feminina também pode ser empoderada e participante da vida pública. Para isto, vale salientar os diversos papéis que a mulher desenvolve nos dias atuais.

Se considerarmos a identidade feminina construída através deste enunciado, vemos que, a pessoa que escreveu o post, ou seja, a que transpareceu o discurso, quis mostrar que essa identidade é construída através da descoberta de como chamar a atenção do seguidor da página, visando um interesse maior em mostrar as poderosas faces que uma mulher possui.

Nesse sentido, o enunciado nos permite criar diversas identidades para uma só mulher. Bauman (1949, p.60) ao nos dizer que “uma identidade coesa, firmemente fixada e solidamente construída seria um fardo, uma repressão, uma limitação da liberdade de escolha”. Portanto, a imagem nos mostra como a mulher quer ser vista atualmente, sem deixar de mostrar os diversos papéis que a mesma quer ou já exerce.

5.2 O poder conquistado: O discurso empoderado da profissional no século XXI

“O século XXI será das mulheres! Quem avisa são os filósofos. De fato, elas estão em toda a parte, cada vez mais visíveis e atuantes. Saíram de casa, ganharam a rua e a vida. Hoje trabalham, sustentam a família, vêm e vão, cuidam da alma e do corpo, ganham e gastam, amam e odeiam. Quebram tabus e tradições”. (DEL PRIORE, 2013, p.02).

O século XXI vem sendo construído pelos diversos papéis que a mulher vem desenvolvendo socialmente. Como diz a citação que abre este capítulo: Trabalham, sustentam a família, vêm e vão. Mas nem sempre foi assim. Por muitos anos a

classe feminina sofreu preconceitos, convivia a todo custo com conceitos implantados pela família, não tinham vez, voz ou autoridade. Se casadas, não podiam trabalhar, dedicando-se, exclusivamente, aos afazeres domésticos, marido e filhos.

Pobre ou rica, a mulher possuía, porém, um papel: fazer o trabalho de base para o edifício familiar – educar os filhos segundo os preceitos cristãos, ensinar-lhes as primeiras letras e atividades, cuidar do sustento e da saúde física e espiritual deles, obedecer e ajudar ao marido [...]”. (DEL PRIORE, 2013, p.09).

Com isso, os enunciados que traremos em diante, nos remontam a uma realidade totalmente diferente da que é “montada” nesta citação de Priore. Eles nos mostram uma mulher de garra, que lutou profissionalmente e quebrou *tabus* para chegar ao máximo do sucesso.

Figura 3:



Fonte: Página de facebook “Moça, você é machista”.

A terceira imagem que compõem o nosso capítulo, faz referência ao símbolo de garra feminina que é a cosmonauta russa Yelena Selova. Na imagem, vemos a mesma durante entrevista antes de ser enviada à Estação Espacial Internacional (EEI) para uma missão espacial, para a qual a mesma se preparou durante oito anos.

O ponto mais forte e que nos fez usar esta imagem (trabalhando seu enunciado), é o fato que nos fez perceber o quanto a mulher se desenvolveu

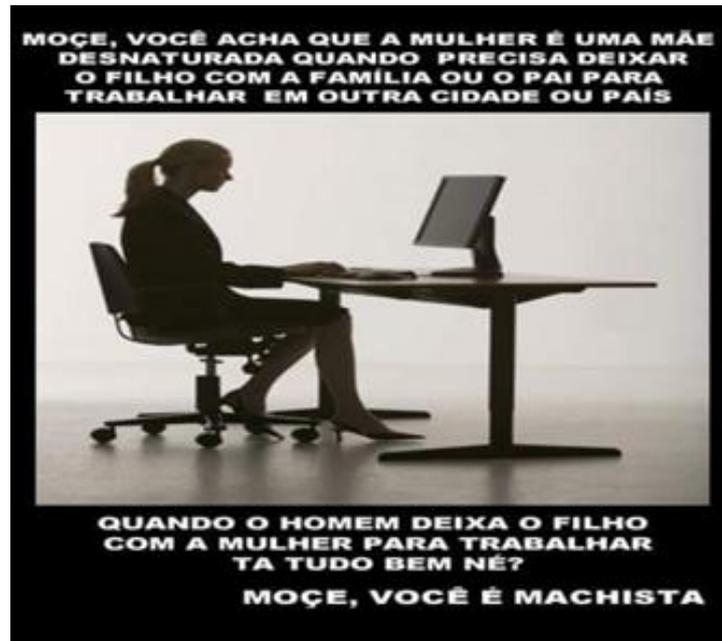
profissionalmente, pois, se formos pensar, na antiguidade era quase impossível uma mulher querer (e mesmo querendo os padrões não permitiriam) ser cosmonauta, ou trabalhar cercada de homens, pois neste caso Yelena viajou com mais dois homens. “Apesar de ser a primeira russa a integrar a tripulação da EEI, Yelena é a quarta russa a ir ao espaço”. (G1.globo.com).

Em sua entrevista, a cosmonauta foi questionada em como ela manteria o seu penteado à bordo da sonda. Mostrando seu lado, acima de tudo, mulher, Yelena responde com a frase que é alvo de nossa análise: “Você não tem interesse no penteado dos meus colegas?”. Neste enunciado, percebemos o constrangimento causado por uma pergunta, mas o lado profissional e mulher fez com que ela respondesse à pergunta de uma forma a defender a classe, já que, para muitos, seria impossível uma mulher estar a bordo de uma aeronave acompanhada de outros homens.

A forma como ela rebate à pergunta, também nos faz voltar à uma história que talvez esteja por trás dessa: O fato de que Yelena Solova foi a segunda mulher russa a ser enviada a uma missão espacial (2013), tendo sido a primeira Valentina Tereahkova, no ano de 1963. Com isso, percebemos que a luta por igualdade profissional já vem sendo alvo de lutas desde muitos anos atrás, em que as mulheres eram ainda mais reprimidas e, as que conseguiam obter livre arbítrio eram alvo de preconceitos muito mais do que são hoje.

A expressão utilizada pela mulher na imagem nos mostra o tom de criticidade com que ela respondeu à pergunta do entrevistador, mostrando que ela não se considera melhor que seus companheiros, mas que esta também exige uma igualdade integral, já que conseguiu estar ali depois de anos de preparação, não se considerando melhor ou pior que seus companheiros de tripulação.

Figura 4:



Fonte: Página de facebook “Moça, você é machista”.

Nesta imagem vemos a figura de uma mulher sentada ao computador, com vestimentas de empresária, comportando-se como tal. A imagem como um todo já traz consigo uma crítica aos padrões que antes eram impostos à mulher, bem como citamos anteriormente: A mulher era criada apenas para servir.

No caso do enunciado que está exposto na imagem, trata-se de um formador discursivo, visto que para Foucault (1960) se ocorre uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações, chamamos de formações discursivas. Para isso, percebemos o caráter transformador que esse discurso mostra.

Se observarmos o enunciado que é contido dentro da imagem, percebemos que a mulher deixa de ser “Bela, recatada e do lar” para personalizar uma mulher que trabalha, mesmo trazendo a ideia de que esta deveria estar em casa cuidando do marido e dos filhos. Eis aí a dualidade que ocorre neste enunciado, mostrando os papéis que a sociedade impõe para homens e mulheres, e, também, o preconceito que é estabelecido entre os gêneros.

Nessa dualidade, vemos que a mulher está construindo sua identidade, independente da opinião que a sociedade insiste em “jogar” contra a questão de escolha profissional das mulheres. Neste caso, a mulher em questão deixa de lado “a identidade que se apegava às crenças” e se permite viver uma identidade que é

utilizada contra as pressões coletivas [...] e que se apegava aos seus próprios modos de vida”. (BAUMAN, 1949, p.82).

Na frase: “Quando o homem deixa o filho pra trabalhar, tudo bem, né?”, percebemos uma crítica forte ao que a sociedade prega em algumas esferas coletivas sociais: O de que o homem tem o total direito de sustentar a casa, trabalhar fora, enquanto a mulher tem a obrigação de ficar em casa e cuidar dos afazeres domésticos e dos filhos.

Foucault (1960) nos diz que é preciso descrever de onde se obtém os discursos. Assim, na imagem abaixo, ou percebendo o não dito que está por trás da imagem, vemos que esta imagem foi criada, ou seja, seu discurso foi obtido através da voz das mulheres oprimidas que trabalham, mas que sentem na pele o preconceito gerado através desses atos.

Em contrapartida, temos o enunciado: “Moça, você acha que a mulher é uma mãe desnaturada quando precisa deixar o filho com a família ou o pai para ir trabalhar em outra cidade ou país”, temos um conceito do preconceito sofrido pela mulher do século XXI; aquela que diz não aos padrões sociais impostos, e toma partido para lutar pelo que quer. Neste caso, percebemos, também, a intensa relação discursiva que os dois enunciados fazem: Primeiro, a concepção de um papel que é executado pela mulher e que gera preconceitos em algumas esferas, pois foi isto que fez com que a imagem fosse publicada. Segundo, a prática que gerou preconceitos no primeiro enunciado, é uma prática comum dos homens, mas que isso não afeta em nada a sociedade (com exceção das mulheres que lutam por igualdade), pois é uma prática comum deixar os filhos com o homem e sair para trabalhar.

Imagem 5:



Fonte: Página de facebook “Moça, você é machista”

A identidade de uma mulher também é manifestada através daquilo que ela deseja desempenhar profissionalmente. A capacidade, na maioria dos casos, é um fator que leva a mulher a sofrer preconceito, pois é comum encontrarmos discursos do tipo: “Trabalho para homens” e “trabalho para mulheres”.

Dentro desse contexto, a imagem que trazemos acima nos remonta a profissão engenheira, profissão essa que, em muitos casos, sofre preconceito pelo julgo de ser uma profissão “pesada e para homens”.

Nos dias atuais, o número de mulheres atuando no ramo da engenharia já é alto, mas a redução salarial é uma questão a ser debatida. No caso da mulher da imagem, consideramos sua identidade construída através do papel que a mesma já está desempenhando, mas que mesmo assim não deixa de lutar por igualdade salarial, já que “[...] aos homens são oferecidos recursos simbólicos de exercer uma multiplicidade de papéis não possível pelas mulheres [...]”. (AMÂNCIO, 1993).

Para Foucault (2000, p.56) “[...] o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. Neste caso, trazemos à tona o discurso dessa mulher empoderada que luta por seus direitos, independente de sua positiva ou negativa aceitação. Neste caso, “o sujeito constitui-se por meio das práticas discursivas”. (SILVA, 2007, p.445).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise acerca da identidade da mulher na mídia, mais especificamente, em uma página feminista de Facebook, enfatizando o empoderamento profissional da mulher durante os anos, além de mostrarmos como a sociedade é preconceituosa em relação aos papéis que a mulher desenvolve e deve desenvolver atualmente.

Considerando os procedimentos metodológicos que utilizamos em nossa pesquisa, a nossa tratou-se de uma pesquisa descritiva e bibliográfica, pois utilizamos enunciados do gênero meme, de uma página para compor o nosso *corpus*. Como nossa pesquisa é vinculada à Análise do Discurso de linha francesa, trouxemos abordagens acerca da historiografia desse campo de análise, bem como a explanação das contribuições de Foucault para esta linha, com enfoque principal dos conceitos de discurso e enunciado abordados no livro *Arqueologia do saber*.

Em seguida, abordamos conceitos sobre identidade, já que um dos nossos pontos de análise é a construção desta através do perfil da mulher na(s) mídia(s) digitais. Para isso, fizemos o estudo de concepções de Bauman (1949), em que este reflete sobre a identidade líquida que é construída na mídia e sociedade, além de Hall (1992) sobre identidade cultural na pós-modernidade. Para enfatizarmos a figura da mulher na mídia, utilizamos como recurso a bibliografia de Mary Del Priore (2013) abordando as concepções e pensamentos da historiadora refletidos nos papéis cumpridos pela mulher antigamente. Sobre os conceitos principais de Análise do Discurso, optamos por desenvolver uma análise fundamentada em Foucault (1960), trazendo as abordagens de enunciado e formação discursiva como fonte de análise.

A partir da análise de cinco enunciados retirados da página “Moça, você é machista”, compreendemos que o papel da mulher vai muito além de desempenhar apenas atividades domésticas, mas que esta está se desenvolvendo cotidianamente, seja profissionalmente ou pessoalmente, mesmo que através de críticas as pessoas ainda insistam em dizer como as mulheres devem se comportar. Com isso, mostramos através da nossa análise, a identidade que é construída pela mulher, mais especificamente na mídia, além de visões acerca dos achismos gerados em torno do ser mulher.

Vimos, também, que a construção de sentido dos enunciados analisados mostra a mulher como figura forte e destemida, que, apesar de sofrer preconceitos com relação à identidade que deve seguir (vimos isso em alguns enunciados), não deixa de lutar por sua igualdade pessoal e profissional.

Assim, o trabalho com a mulher na mídia também pode ser usado para outros trabalhos que visam à figura feminina como foco de estudo, trabalhando com os papéis que ela desempenha na sociedade. Nos nossos resultados vimos que a mulher pode ser o que ela quiser, independente do preconceito que assola a sociedade.

Portanto, nosso trabalho serve como incentivo para a adoção da Análise do Discurso, mais especificamente a de linha francesa, em toda a comunidade acadêmica. No nosso trabalho realizamos o estudo da AD em relação à identidade da mulher, mas outros trabalhos podem ser desenvolvidos nessa área, pois esta abrange diversos ambientes e posições sociais. Por fim, sobre a identidade da mulher, este trabalho serve como fonte de estudo para questões relacionadas ao preconceito e machismo.

7 REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Sara Dionísia. **Formação discursiva e discurso em Michel Foucault**. 2013, UFMGS, Mato Grosso do Sul.

BAUMAN, ZYGMUNT. **Identidade**. Rio de Janeiro, 2004.

CARDOSO, Luana. **Mulher e trabalho: Uma avaliação da década da mulher**. São Paulo, 1980.

COURTINE, Jean-Jacques. Analyse du discours politique. In: **Langages**, n62, Paris: Larousse, Juin 1981. (com prefácio de Michel Pêcheux; “Análise do discurso político”, tradução de Maria Alice Maciel Alves, PUCRS, 1995).

CRUZ, Sabrina. **A representação da mulher na mídia: Um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja**. Salvador/Bahia, 2008.

- DAMACENO, Ana Daniela. **Pesquisa documental: alternativa investigativa na formação docente.** Ceará, 2009.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997.
- FRIEDAN, Betty. **Mística feminina.** Petropolis, RJ: Editora Vozes Limitadas, 1971
- GARCIA, Tirza. **A análise do discurso francesa: Uma introdução nada irônica.** Santa Catarina, UFSC, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LOURENÇO, Ana Carolina. **A “objetivação” feminina na publicidade: uma discussão sob a ótica dos estereótipos.** Vila Velha/ES, 2014.
- MADALENA, Juliano. **Resenha ao livro “Identidade” de Zygmunt Bauman.** Rio Grande do Sul, 2013.
- PÊCHEUX M & FUCHS, C. **A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas (1975).** Campinas, SP: Editora UNICAMP, 1993. (p. 163-252)
- PÊCHEUX, Michel. **A análise de discurso: três épocas (1983).** In: GADET, F & HAK . (Org). **Por uma análise automatic do discurso: uma introdução a obra de Michel Pêcheux.** Campinas, SP: Editora UNICAMP, 1993. (p. 311-319) (Col.Repertórios)
- PRIORE, Mary. **Histórias e conversas de mulher.** São Paulo, 2013.
- SILVA, Francisco Vieira. **Egos em evidencia: a intimidade na era das mídias digitais,** 2017. São Carlos, Pedro & João Editores
- SILVA, Marli. **A mulher e sua interlocução com a mídia televisiva: Imagem e subjetivação.** Cuiabá/MT, 2009.
- SILVA, Maurício. **A história da cibermídia: Práticas discursivas, identitárias e representativas.** São Paulo, 2007.

SILVA, Tadeu. **Identidade e diferença uma introdução teórica e conceitual.**
Petrópolis, RJ: Editora vozes limitadas.