



## A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NO MUNDO VIRTUAL: PERCEPÇÕES ACERCA DO PRECONCEITO MACHISTA NAS REDES SOCIAIS

Renália Rafaela Cunha SILVA (UFMA)<sup>1</sup>

Marcelo Nicomedes dos Reis SILVA FILHO (UFMA)<sup>2</sup>

Antonio Carlos Santana de SOUZA (UEMS)<sup>3</sup>

**Resumo:** Atualmente é notório o preconceito que a mulher sofre num mundo ainda machista, mesmo com todo espaço conquistado ao longo do tempo, desde a conquista do voto à atuação no mercado de trabalho. As formas de preconceito vêm aumentando cada vez mais com a evolução tecnológica, ou seja, hoje em dia a tecnologia se apresenta como facilitadora e até mediadora do preconceito, seja contra a mulher ou contra outras minorias, emergindo mais facilmente na internet e, mais precisamente nas redes sociais. Nesse sentido, este trabalho busca refletir sobre investidas preconceituosas em posts e similares nas redes sociais envolvendo a mulher, analisando o contexto social e formas de expressão encontradas. Tal investigação terá como base inicial para a construção da pesquisa, contará com as seguintes etapas: a introdução na rede, a busca por dados, a escolha e, por fim, a análise destes em torno da temática já apresentada. A fundamentação teórica a ser usada para a análise dos dados terá em seu bojo pesquisas desenvolvidas por Manuel Castells, além de estudos referente à linguagem e formas de discurso acordado às perspectivas de Ingedore Villaça Koch dentre outros autores que abracem a mesma linha de pesquisa, proporcionando, assim, um melhor desenvolvimento do trabalho em destaque, considerando o uso da linguagem utilizada, formas de expressão, – presença ou não de ‘emotions’, imagens, etc. – as premissas – Maior ( Postagem inicial) e Menor (Comentários) – presentes nos textos, bem como o propósito comunicativo dos interlocutores, além da intensidade ou não da repercussão obtida.

**Palavras-Chave:** Preconceito. Tecnologia. Redes Sociais. Linguagem.

**Abstract:** Currently it is clear prejudice that women suffer in a world still sexist, even with all the space won over time, since winning the vote to the performance in the labor market. Forms of prejudice are increasing more and more with technological developments, that is, nowadays technology is presented as a facilitator and to a mediator of prejudice, whether against women or against other minorities, emerging more easily on the internet, and more specifically on the social networks. In this sense, this work aims at reflecting on prejudiced invested in posts and similar social networks involving women, analyzing the social context and forms of expression found. Such research will have as a basis for the construction of the research will include the following steps: the introduction into the network, the search for data, choice and, finally, the analysis of these around the theme already presented. The theoretical framework to be used for the data analysis will take into its core research developed by Manuel Castells, and studies related to the language and forms of agreed speech the prospects for Ingedore Villaça Koch among other authors who embrace the same line of research, providing thus a better development of the featured work, considering the use of the language used, forms of expression, - presence or absence of 'emotions', images, etc. - The premises - Major (Initial Post) and Minor (Comments) - present in the texts, as well as the communicative purpose of the interlocutors, besides the intensity or not the obtained repercussion.

**Keywords:** Prejudice. Technology. Social Networks. Language.

### 1. Introdução

A mulher no mundo atual vem cada vez mais conquistando espaço no meio social, sempre vista a margem de uma sociedade por vezes machista como a imagem da fragilidade e submissão ao homem, vem ganhando destaque no mercado de trabalho e, respectivamente, em áreas antes destinadas apenas ao sexo masculino. Desde a conquista do voto pelas

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Licenciatura em Linguagens e Códigos pela Universidade Federal do Maranhão UFMA. São Bernardo - MA/Brasil. renaliaraphaela@yahoo.com

<sup>2</sup> Mestre em Educação pelo PPGE da UCB. Docente da Universidade Federal do Maranhão - UFMA. São Bernardo - MA/Brasil. nicomedes@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre e Doutor em Linguística. Docente do Programa de Mestrado em Letras da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Campo Grande-MS/Brasil. acssuems@gmail.com



mulheres garantido em 1932, através do decreto 21.076<sup>4</sup> do Código Eleitoral Provisório, a mulher passou a conquistar cada vez mais o seu espaço na sociedade. O exemplo mais atual do espaço conquistado pela mulher é a eleição da primeira presidente – hoje adotada a designação “presidenta” – no ano de 2010, a então ministra-chefe da Casa Civil Dilma Rousseff.

Entretanto, ainda é notória a existência do preconceito contra o sexo feminino, refletindo as marcas de uma sociedade machista significativa em pleno século XXI. Muitas vezes nos deparamos com discursos e/ou situações machistas no mundo virtual. Ainda é corriqueira a presença de críticas vinda de homens em relação ao papel que a mulher contemporânea desenvolve na sociedade.

Partindo da ideia de Linguagem como “o conjunto de sinais de que a humanidade intencionalmente se serve para comunicar as suas ideias e pensamentos” Coutinho (1976), refletiremos como esta se apresenta em uso na escrita as formas de discurso como opressão a imagem da mulher, fazendo uma ponderação sobre investidas preconceituosas em posts e similares nas redes sociais envolvendo a mulher, analisando o contexto social e formas de expressão encontradas.

Diante disso, serão apresentadas mais a frente, algumas situações encontradas em veículos de informação e/ou interação na internet, mais precisamente em redes sociais, mais especificamente no facebook, onde as mulheres ainda são alvo de atitudes machistas, ora apresentadas como objetos (sexuais ou outros), ora como apenas “secretárias do lar”, trazendo à tona o conceito popular de que “Lugar de Mulher é na Cozinha”, refletindo a cerca da linguagem verbal que as define, bem como a presença da linguagem não verbal, através de imagens – uma vez que atualmente comentários diante de postagens se dão através destes –, emotions, etc. Será apresentada ainda uma situação onde a mulher ataca contra si mesma, representado seu próprio corpo como objeto de desejo masculino, dando assim, certa credibilidade ao machismo e as atuações machistas em relação ao seu corpo.

O enredo para construção da pesquisa efetivou-se por meio das seguintes etapas: a introdução na rede, a busca por dados, a escolha e, por fim, a análise destes, apresentados mais a frente, como já destacado anteriormente, embasada principalmente por pesquisas desenvolvidas Alex Primo, Manuel Castells, dentre outros relacionado a interação no ciberespaço, além de estudos referente à linguagem e formas de discurso acordado às

---

<sup>4</sup> Ver em *82 anos da conquista do voto feminino no Brasil*. Disponível em: <http://www.tre-es.jus.br/noticias-tre-es/2014/Fevereiro/82-anos-da-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>. Acesso em 18/07/2014 às 19:45 hs.



perspectivas de Ingedore Villaça Koch, Mônica Magalhães dentre outros autores que abracem a mesma linha de pesquisa.

## 2. Para começo de conversa

Este tópico está destinado para destacar alguns conceitos base para a construção desta pesquisa. Serão apresentados os conceitos a cerca de Machismo e Referenciação, bem como a definição do ciberespaço, para assim se ter uma forma linear no andamento desta.

**Machismo** – Entende-se por machismo a atitude de superioridade dos homens relativamente às mulheres, ou seja, o conjunto de práticas e/ou comportamentos etc., que inferiorizam o gênero feminino e o discriminam de alguma forma. Como assim destaca (Drumont 1980, p.81) “Em termos da colocação adotada, o machismo é definido como um sistema de representações simbólicas, que mistifica as relações de exploração, de dominação, de sujeição entre o homem e a mulher.”. Em suma, uma forma de submissão da mulher em relação ao homem, mediado pela “liderança masculina” (Idem, 1980, p.81).

**Referenciação** – A referenciação se caracteriza como o processo em que constitui o sentido de um texto, ou seja, a forma como um indivíduo constrói seu discurso a partir de um objeto. Nessa perspectiva Koch (2007, p.124) afirma que

“as formas de referenciação são escolhas do sujeito em interação com outros sujeitos, em função de um querer-dizer. Os objetos de discurso não se confundem com a realidade extralinguística, eles a re(constroem) no próprio processo de interação.”

Assim, no processo de construção de um enunciado – as postagens que aqui serão abordadas – o indivíduo realiza uma atividade discursiva, sendo ela para atingir um objetivo específico, nesse caso, preconceito contra mulher.

**Ciberespaço** – O ciberespaço, variação da palavra “cyberspace”, que surgiu no romance Neuromancer de Willian Gibson em 1984, se caracteriza por ser uma realidade não física, paralela ao mundo real, desenvolvido a partir das formas de tecnologia, mais especificamente por redes de computadores, onde as pessoas interagem e inter-relacionam-se entre si. Nesse sentido, Levy (1999) afirma que o ciberespaço “é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (...) circulam”.



### 3. A mulher e a mídia: Reprodução do Machismo no Ciberespaço

Uma das principais possibilidades no ciberespaço, o espaço formado em ambiente virtual, como já definido, é a interação entre pessoas independentemente de sua localização e, muitas vezes, até língua. Por ser um veículo com diversas possibilidades de interação e/ou comunicação, exerce a (re)produção de vários tipos de atividades, se tornando comum a reprodução de diversos tipos de preconceito, dentre eles o contra a mulher, que pode se apresentar de múltiplas formas. Segundo Castells (1942)

A diversificação dos meios de comunicação, a integração de toda a mídia em um hipertexto digital, abrindo caminho para a mídia interativa, e a impossibilidade de exercer controle sobre satélites que emitem sinais de comunicação além das fronteiras ou comunicação via computador por meio da linha telefônica, acabaram destruindo as tradicionais bases de defesa da regulamentação. Castells (1942, p. 299)

Nesse sentido, é cogente refletir sobre um dos papéis que a internet vem desenvolvendo ultimamente, por meio de sites e redes sociais – uma vez que é proporcionado ao usuário um gama de redes de interação, como blogs, orkut, Twiter, e o mais reconhecido no momento, Facebook, dentre diversos outros – como está sendo reproduzida a imagem da mulher de uma forma machista, trazendo à tona três vertentes significativas: a primeira, a mulher como objeto, mais especificamente sexual, a segunda, como a “secretária do lar”, comumente caracterizada como “empregada doméstica”, “dona de casa”, dentre outras designações, uma vez que “A capacidade de difundir imagens e informações via satélite, pelo videocassete ou pela Internet aumentou de forma avassaladora, a ponto de tornar qualquer tentativa de censura de notícias cada vez mais ineficaz (...)” Castells (1942, p.301) e, ainda a mulher sobre si própria, emergindo assim, no comportamento machista.

A discriminação e o preconceito sofrido pela mulher num mundo contemporâneo, como é o século XXI, estão incorporados ao seu cotidiano, muitas vezes imperceptíveis a sociedade (machista) e com a presença da mídia esta forma de preconceito vem se propagando cada vez mais rápido. Nesse sentido Silva (2010) afirma que “(...) a violência que a mulher sofre está no seu dia a dia, incorporada e enraizada no imaginário social coletivo da nossa sociedade, de homens, mas também de mulheres, que legitimam a subordinação do sujeito feminino ao domínio do poder masculino”.



A linguagem como forma de comunicação e expressão entre as pessoas sempre foi o meio pelo qual se propagou essa forma de violência seja ela por meio de atividade verbal ou não verbal, que de acordo com Koch (2013, p.13) aquela primeira é a forma “como se conseguem realizar determinadas ações ou interagir socialmente através da linguagem” e esta segunda como “toda e qualquer comunicação em que não se usa palavras para explicar a mensagem desejada” Araújo (2009). Dessa forma, a linguagem vem como a principal ferramenta de propagação do preconceito machista, apresentando a mulher de diversas formas, como bem destaca Silva (2010):

“A violência contra as mulheres está velada no mascaramento e na subordinação da nossa linguagem cotidiana, no uso de expressões e de diversos jogos de linguagem, nas palavras de duplo sentido, na criação de referenciais para dar conta de uma realidade que não é a mais condizente com o seu papel na sociedade, também na criação de estereótipos que moldam formas singulares de preconceito e discriminação através de personagens da vida cotidiana, tais como a doméstica, a dona de casa, a professorinha, a mãe e a garota de programa estilo exportação, entre tantos outros tipos, cuja imagem se transformou em um objeto tão vendável quanto qualquer outro produto de consumo (...)” Silva (2010, p.560)

#### **4. Referência e referenciação à imagem feminina no século XXI**

Às mulheres, sempre foi designado a característica de inferioridade e, ao longo da história ela luta por ideais libertários na sociedade, daí vem o movimento feminista, ou seja, a luta histórica que busca a emancipação das mulheres em relação aos homens, a igualdade de oportunidades no âmbito social e o combate aos preconceitos e desvalorizações sofridas por elas, sendo esta “dividida em duas épocas, separadas pela revolução sexual na década de 60.” Silva (2010) Destacando ainda que

Daquela década em diante, as mulheres conquistaram grandes avanços no campo do trabalho, da política, da economia e no controle do seu próprio corpo, ensejados pelo movimento feminista, movimento social organizado a partir do Ocidente. Ao final do século XIX, na virada do século, passaram a ocorrer manifestações de discriminação contra a mulher. Dessa forma, o movimento voltado para a extensão do direito de voto das mulheres adquiriu visibilidade e maior expressividade. Silva, 2010 apud (Louro, 1997)



#### 4.1. Identidade Feminina: Resistência e Busca Social

A luta feminina sempre existiu, daí a presença de grandes figuras como Princesa Isabel, Dilma Rousseff, dentre outras, que marcaram seus nomes na história. Sempre vistas como dependentes do sexo masculino, esse estereótipo vem sendo desmistificado por elas, uma vez que desde a inserção da mulher, de fato, na sociedade, esta vem buscando cada vez mais sua autofirmação, na construção de uma identidade concreta e significativa no meio social. Identidade esta que Castells (1942, p.22) destaca como “o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado”.

Dessa forma, dentre as três modalidades de identidade apresentadas por Castells<sup>5</sup>, a identidade feminina se encaixa na identidade de projeto “quando os atores sociais, utilizam-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social”. Onde as mulheres encaram o machismo para combater a submissão ao sexo masculino e conquistar um espaço fixo na sociedade contemporânea.

#### 4.2. Movimento Feminista: Autofirmação e Fim do Patriarcalismo

Com a conquista e inserção da mulher no mercado de trabalho, esta vem mudando a formação da família patriarcal, como destaca Castells (1942, p.169) que “Caracteriza-se pela autoridade, imposta institucionalmente, do homem sobre a mulher e os filhos no âmbito familiar”. Dessa forma, a mulher vem quebrando os estereótipos de “dona de casa”, “secretária do lar” etc. e conquistado espaço cada vez maior no mercado de trabalho, antes mantida apenas submissa ao seu marido, além da conscientização de si própria para com seu papel em relação a sociedade. Entretanto, mesmo conquistando seu espaço na sociedade contemporânea, ocupando altas posições no mercado de trabalho e deixando o estereótipo de dona de casa, etc., as mulheres ainda têm que lidar com problemas sociais como o preconceito de gênero no mercado de trabalho, que paga mais para um homem com o mesmo cargo, com a discriminação diária, além das diversas jornadas diárias feminina, onde a mulher precisa dividir-se em dona de casa, mãe, mulher e trabalhadora devido a credence de que o salário feminino é a apenas “complemento do salário masculino” Castells (1942, p. 208).

---

<sup>5</sup> Ver em CASTELLS, Manuel. O Poder da Identidade. Trad de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra. 1942



### 4.3. A Imagem da Mulher: Representação Midiática do Ser Feminino

Com o avanço da tecnologia a mulher vem sendo exposta ainda mais à sociedade, entretanto não para seu benefício, mas através de ideais machistas, como sua objetificação, daí a mídia traz as mulheres como objetos sexuais distorcendo sua imagem e oprimindo-a, muitas vezes, a partir de um “padrão de mulher perfeita”, que deve estar com um corpo escultural e disposta a satisfazer as vontades do homem, além da disponibilidade e “aceitação” para com o mesmo, recebendo muitas vezes, adjetivos pejorativos que deformam sua imagem como ser social capacitado e inteligente, tais como: gostosa, filé, ou ainda a sujeição de dona de casa, como: “lugar de mulher é na cozinha”.

#### 4.3.1. A Mídia e a Mulher: A Mulher e a formação de Uma Identidade Distorcida

Outro ponto importante para esta discussão está também na permissividade da própria mulher, que de certa forma não se manifesta diante dessas “agressões” impostas pela mídia e, em alguns casos, se comporta e se apresenta como tal, refletindo assim num comportamento machista contra si própria. Ilustramos aqui a situação decorrente do resultado de uma pesquisa realizada no início deste ano de 2014, pelo IPEA<sup>6</sup> sobre o estupro de mulheres no Brasil, onde verificou-se a opinião dos brasileiros a respeito do estupro feminino, no qual 58% dos entrevistados acreditam que o estupro sofrido pela mulher é culpa de seu comportamento, destacando os hábitos de vestimentas e/ou o seu comportamento justificavam o ato de estupro, na mesma pesquisa percebeu-se ainda, que o próprio sexo feminino compartilhava dessa ideia. Permitindo assim, perceber o preconceito da própria mulher consigo mesma. Apesar de todas as lutas e conquistas femininas ao longo do último século, é perceptível que o papel da mulher ainda se encontra num estágio do que a mídia e o homem desejam dela, se em alguns momentos o corpo da mulher é cultuado como objeto de desejo, este mesmo corpo esta sujeito a agressões decorrentes da forma de agir que a própria mídia impõe.

No Brasil ao longo do último século propagou-se a figura da Amélia<sup>7</sup> como a mulher ideal, aquela que jamais deixara o lar a qual não importa o comportamento do marido desde que este continue como o chefe da casa. Apesar do cenário no qual a mulher é apenas dona de

<sup>6</sup> Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Website: <http://www.ipea.gov.br/>

<sup>7</sup> Personagem Amélia, o estereótipo da mulher perfeita para Mário Lago que Ataulfo Alves musicou. Ver em: Amélia, a mulher de verdade. Disponível em: <http://mulherescantadas.wordpress.com/2011/10/17/amelia-a-mulher-de-verdade/> Acesso em: 18/07/2014 às 12:04 hs.



casa tenha mudado, esta imagem parece que permanece firme na mentalidade de algumas – se não grande parte – pessoas, que esquecem que a configuração da família brasileira tem mudado muito nos últimos anos e que a mulher a cada dia ganha mais espaço como chefe da casa, afirmada por Castells (1942, p. 170) que “A família patriarcal, base fundamental do patriarcalismo, vem sendo contestada neste fim de milênio pelos processos, inseparáveis, do trabalho feminino e da conscientização da mulher”.

Cabe aqui também refletir sobre as escolhas individuais das pessoas, visto que em uma sociedade democrática todos têm direito a elas, então porque à mulher, não lhe é dada a escolha sobre como esta faz uso do próprio corpo como achar mais conveniente?

O padrão midiático ora cultua a mulher objeto ora reprime este mesmo padrão, pois ao mesmo tempo em que a mulher deve estar bonita, sensual, dentre outros adjetivos, deve manter-se recatada “digna de ser esposa” ou “feita para casar”, como é designada em grande parte das vezes.

Diante dessas posições apresentadas, nessa sessão encontra-se o ápice desta pesquisa, a análise e discussões acerca da maneira como se deu o processo de referenciação à imagem da mulher a partir de intervenções machistas no ciberespaço.

Após a busca por os dados disponíveis encontrados na rede, mas especificamente na rede social Facebook, foram coletados os mais relevantes e propícios para a esta produção, onde serão identificadas e refletidas as formas de preconceito contra a mulher. Para tal investigação, o ponto de partida será através da ocorrência dos seguintes elementos: O comportamento e ação do Emissor e o(s) Receptor(es), A escolha dos Objetos-de-discuso, bem como a referência à imagem da mulher, partindo de duas vertentes: a imagem da mulher como Objeto (sexual) e sua representação como “dona de casa”, ambas refletindo o papel da mulher como submissa ao homem.

Para tal investigação, serão utilizadas três premissas maiores, ou seja, três postagens que trazem em seu enredo as vertentes, aqui trabalhadas, apresentadas anteriormente. Serão explicitados ainda, comentários relacionados aqueles, onde serão observados os elementos de caracterização das vertentes. Contudo, para preservar a analogia dos participantes, não o identificaremos, apresentaremos apenas a premissa maior, postagem inicial e, a premissa menor, os comentários acerca daquela. Apontaremos, nesse momento, os elementos utilizados pelos sujeitos no processo de referenciação para a construção de seu discurso, bem como as formas interação entre os participantes desta comunidade.



#### 4.4. Referência I: A Imagem da Mulher Objeto

Para Bourdieu (1999) o corpo feminino sempre esteve submetido ao julgo masculino e, ao longo do tempo o seu corpo não lhe pertenceu verdadeiramente. A TV, a internet e outros meios de comunicação permitiu que a imagem do corpo da mulher fosse explorada de forma que este deixou de ser apenas de propriedade do marido, o que não significa que o domínio da imagem do próprio corpo tenha sido dado a ela.

A ideia da mulher objeto esta construída sob as bases publicitárias na qual a mulher surge como uma mercadoria que pode ser negociada e que esta precisa estar adequada aos hábitos de consumo daquele que por ventura a tenha ou venha a ter. Esse (pre)conceito pode ser identificado na imagem a seguir:



Nesse texto, é criada uma representação da imagem feminina de acordo com um padrão estético, a mulher jovem e bonita, um corpo bem definido e a exposição demasiada de seu corpo, de forma sensual, como um atrativo aos olhos masculinos.

Temos aqui dois planos da linguagem, o verbal e o não verbal. Enquanto no plano verbal vemos uma crítica a mulher que foge a um padrão estético, em segundo plano o não verbal, temos a apresentação desse padrão.

No trecho principal da frase “Mulher deve ser a única coisa no mundo que quanto mais pesada, mais fácil de pegar”, de um lado temos a referência do corpo da mulher “pesada” ao fato “pegar”, ou seja, quanto mais fora do peso a mulher estiver, mas fácil ela se entregará a um homem e, em contrapartida quanto mais esbelta e em forma a mulher estiver, mais difícil de se conquistar será.



Nessa propaganda é refletida um conceito de valores, o que e quanto a mulher vale em relação ao seu corpo. Quanto mais fora de forma ela estiver, menos valorizada é, submetendo-se a aceitar qualquer forma de relacionamento e até, ela ir atrás do homem e, quanto mais em forma ela estiver, mais valorizada e cobiçada é, no plano masculino.

Reafirmando esse estereótipo, apresentam-se os comentários, realizados na postagem, onde mesmo sem a identificação dos interlocutores é possível reconhecer os falantes (masculino ou feminino). Nos trechos:

“As feministas piram” e, em resposta “Feminaze”, “Nessa Altura de campeonato já devem ter até tentado sequestrar o dono da página”, percebe-se uma referência e ironia ao movimento, a busca das mulheres pela emancipação ao sexo masculino. Ainda temos, nessa perspectiva machista, o trecho: “Um fato incontestável”, onde o (inter)locutor reafirma explicitamente o primeiro texto.

Já no trecho: “Não é tão diferente com o os homens”, é possível perceber a defesa em relação a mulher, fazendo referência ao que ocorre com os homens, ou seja, o homem também é valorizado ou desvalorizado de acordo com seu peso. Mesmo que implicitamente, é possível perceber e/ou referenciar que nesta fala o (inter)locutor é mulher.

Ainda, nesse texto, temos a presença dos seguintes comentários: “Ai gente que maldade kkkk”, “hahhhaha que bosta” e “kkkkkkkkkkk essa foi pesada”, que não exprimem explicitamente a opinião do (inter)locutor, entretanto, as expressões “kkkk”, “hahhhaha” e “kkkkkkkkkkk” refletem tom humorístico, referindo a postagem ao gênero humor.

A análise dos elementos verbais e não verbais desta imagem permite a conclusão de que a mulher é vista como um objeto sexual, onde precisa manter um padrão estético, tratada como um produto, que existe de ambas as formas e valores, mais serão sempre analisadas a partir de um referencial, o “padrão estético” estabelecido, cabendo ao homem decidir sobre seu corpo e como este deva ser.

#### **4.5. Referência II: A Imagem da Dona de Casa**

Na hierarquia de uma sociedade patriarcal o homem é o comandante da família, é dele o direito sobre os demais membros que compõe o seu “clã”, enquanto o papel da mulher resume-se apenas aos trabalhos domésticos e a educação dos filhos. Percebemos que esta mentalidade ainda reina na maioria dos textos que se propagam pela rede, mesmo com toda conquista feminina na sociedade, a cozinha e as tarefas do lar ainda são espaços atribuídos a ela, como destacado na imagem a seguir:



Nessa segunda figura, a representação da mulher se apresenta de duas formas: a primeira, a mulher forte que malha, corre atrás de seus objetivos, a meta de busca e realização dos seus sonhos; e a segunda como ainda a dona de casa submissa ao seu marido.

No primeiro plano verbal temos duas referências a mulher. No trecho: “Mulher, corra atrás de seus sonhos”, vemos o referencial de mulher batalhadora, que sai do âmbito doméstico para o âmbito social, o mercado de trabalho, demonstrada no plano não verbal da imagem, pela mulher pronta para correr uma maratona. No trecho seguinte: “E na volta me traga uma cerveja”, referencia o domínio que o homem ainda possui sobre a mulher e que, mesmo trabalhando fora de casa, ela tem obrigações domésticas, dentre elas, cuidar e servir sempre ao seu marido. No comentário: “E vá rápido que a carne tá queimando”, é possível identificar a reafirmação desse domínio do homem sobre a mulher “e vá rápido”, e referenciando a mulher ao ser dona de casa, obrigações domésticas “que a carne tá queimando”. Temos ainda a presença do comentário “boa”, que mesmo de forma simples, concorda ao que foi postado.

No trecho: “E se não alcançar seus sonhos, pelo menos emagrece”, é referenciada a imagem da mulher a representação do estereótipo de padrão estético, dando uma tripla jornada ao sexo feminino, onde a mulher deve cuidar do marido, da casa e ainda manter-se bonita.

Em “vai de costas que é pra eu pensar que você já está voltando kkk” percebe-se mais uma vez a referência humorística dada postagem, entretanto com a submissão ao



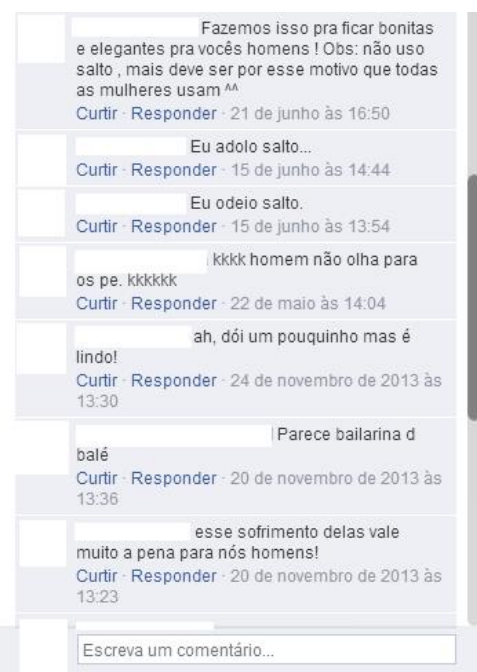
homem, ou seja, implicitamente a frase esclarece que a mulher deva ser rápida, voltar logo para atender ao capricho masculino.

Em contrapartida, temos o comentário “vai sonhando com a cerveja kkk”, que deixa claro a posição feminina diante dessa “ordem”, a mulher vai atrás de seus sonhos, sua realização, resistindo a submissão ao marido.

Em conclusão aos elementos apresentados, nesta segunda figura temos mais uma referência dada a mulher “dona de casa” e que, mesmo com todo o espaço conquistado fora de casa, esta ainda mantém obrigações domésticas e, principalmente, com seu marido. Percebe-se ainda, que muitos compartilham dessa ideia e que, nem o mundo contemporâneo foi capaz de quebrar totalmente esse padrão machista.

#### 4.6. Referência III: O Reflexo de Si Mesma

Numa era que cultua extremamente a beleza, a mulher passou a ser cobrada não apenas pelos seus talentos domésticos. No século XXI a beleza passa a ser também uma prioridade feminina, a imposição da mídia que constrói um determinado padrão de beleza faz com que a mulher comece uma verdadeira procura, muitas vezes desenfreada, pela “fonte da juventude” a “beleza eterna”, oferecida pelas empresas cosméticas em forma de cremes, loções e outra infinidade de produtos. Percebe-se que no ciberespaço existe um enorme apelo pelo corpo feminino magro e/ou definido em academia, além da manter sempre uma aparência bem arrumada, contendo em seu enredo maquiagem, roupa e etc., como podemos observar:





Nessa terceira figura vemos a representação da mulher sobre si mesma, aquela que faz de tudo para estar bela, ser admirada e elogiada.

Assim como as demais imagens, temos dois planos: o verbal e o não verbal. No plano verbal temos a frase que compõe a figura: “Mulher não gosta de sofrer?”, essa remete ao sofrimento que muitas mulheres possuem em relação aos homens, seja por amor ou outros. Em contrapartida, o plano não verbal da imagem reflete o sofrimento que a mulher passa para estar sempre bela e que este vale a pena.

No primeiro comentário temos o seguinte texto: “Fazemos isso pra ficar bonitas e elegantes pra vocês homens!”. É possível perceber a referência do uso do salto alto pela mulher a percepção do homem, ou seja, a mulher só usa salto alto para ficar bonita para o homem, seja ele seu namorado, marido, etc., seja para ser admirada na rua. Em complemento a este comentário, temos o seguinte trecho: “Obs: Não uso salto, mais deve ser por isso que todas as mulheres usam”, temos a confirmação do (inter)locutor da referência do salto ao homem e, é possível perceber ainda, o sexo daquele – uma mulher – em dois trechos com o uso do verbo em primeira pessoa: “Fazemos isso” e “Não uso salto”.

Ainda temos os comentários: “Eu adolo salto”, “Eu odeio salto” e “ah, dói um pouquinho mas é lindo”, onde é de fácil entendimento que os (inter)locutores são do sexo feminino, onde o primeiro e o terceiro comentário, aqui explanados, demonstram esse apelo da mulher pela aparência, perceptível nos trechos: “Eu adolo” – variação do verbo adorar/adoro – e “mas é lindo” , onde o mas contraria o que já foi dito anteriormente, ou seja, apesar da dor, é lindo e a mulher usa mesmo assim.

No comentário: “kkkk homem não olha para os pé. Kkkkkkk” percebe-se uma crítica em relação a percepção do homem em relação ao salto alto, onde não há importância para a mulher de salto. Já no comentário: “Esse sofrimento delas vale muito a pena para nós homens”, vê-se o contrário do que apresentava o primeiro comentário. No trecho “para nós homens” indica a fala de um (inter)locutor masculino, que confirma a referência da mulher de salto alto ao agrado do homem “vale muito a pena”.

Ainda há nessa figura uma referência da mulher de salto alto a profissão de bailarina, uma vez que o plano não verbal traz a posição do pé feminino no salto alto uma característica própria da dança, a bailarina na ponta do pé.

Após a apresentação dos elementos presentes nessa figura, é possível concluir que a busca pela beleza que a mulher faz, remete ainda, a padrões masculinos, ou seja, para a afeição do sexo oposto. A mídia, com uma vasta extensão de utilidades, sempre propagou um



padrão de beleza, seja pela televisão, internet ou outros meios, acarretando na busca da mulher por este padrão. Os resultados sempre vêm, seja positivo ou negativo, uma vez que detectou-se a presença do (inter)locutor que confirmava a referência da mulher bem caracterizada ao homem, que esse esforço vale a pena.

## 5. Para concluir

A mulher ao longo da história sempre foi representada a partir de concepções masculinas e sempre vista a margem da sociedade, submissa ao sexo masculino. Em pleno século XXI essa concepção não mudou e, mesmo com todas as conquistas feministas ela continua sendo alvo de preconceito, discriminação e mesmo violência.

Com a evolução do tempo também veio a mídia e todo aparato que esta proporciona a sociedade, como a comunicação e interação entre os usuários de forma instantânea e, atualmente, a maioria em tempo real. Temos como principal exemplo as redes sociais, dentre elas o facebook. Essa extensão do mundo real para o virtual trouxe consigo a propagação da violência sofrida pela mulher, onde em um meio só de comunicação podemos encontrar diversas formas de discriminação.

Pelo que pode-se perceber ainda está longe a ideia de fim do preconceito contra a mulher, uma vez que esta, mesmo que implicitamente, ainda está submissa a imagem do homem, onde sua imagem deva ser reflexo dos anseios masculinos. Mesmo com a entrada no mercado de trabalho, da mulher é exigido a dupla, tripla, quádrupla ou mais jornadas diárias. A mulher que trabalha, ainda tem que cuidar da casa, dos filhos, atender as necessidades do marido e ainda manter-se sempre com boa aparência.

As linhas de cosméticos ou outros produtos de mercado destinadas a mulher possui uma vasta extensão, até inúmeras vezes maiores que para homens, pois da mulher é sempre exigido mais, principalmente de sua aparência, uma vez que durante o processo de pesquisa foi detectado uma exigência maior quanto a imagem, exigida tanto pelo marido, como pela mídia e também no mercado de trabalho. Dessa forma, a mulher se apresenta como Objeto-de-discurso de “N” formas, mas sempre ocupando uma posição inferior ao homem, pois não basta a mulher ser apenas mulher, ela deve trazer consigo amplas caracterizações que atendam a necessidade masculina. Entretanto, esta ainda está sujeita a discriminações machistas, apresentadas sem impedimento nenhum através da mídia.

## 6. Referências



ARAÚJO, Genilson. Linguagem Não Verbal. Disponível em: <http://genilsonaraujo.wordpress.com/2009/08/08/linguagem-no-verbal/>. Acesso em: 18/07/2014 às 11:29 hrs.

CAVALCANTE, Mônica Magalhães. et al. (org). **Referenciação**. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Clássicos da Linguística)

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Trad de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra. 1942. (Coleção A Era da informação: Economia, Sociedade e Cultura; Vol. 1)

\_\_\_\_\_. **O Poder da Identidade**. Trad de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra. 1942. (Coleção A Era da informação: Economia, Sociedade e Cultura; Vol. 2)

COUTINHO, I. L. **Gramática histórica**. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1976.

CRUZ, Ruleandson do Carmo Cruz. Preconceito Social Na Internet: A Reprodução de Preconceitos e Desigualdades Sociais a Partir da Análise de Sites de Redes Sociais. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.17, n.3, p.121-136, jul./set. 2012.

DRUMONT, Mary Pimentel. **Elementos Para Uma Análise do Machismo**. Perspectivas. São Paulo: 1980. p.81-85.

KOCH, Ingedore Grunfield Villaça. **O Texto e a Construção dos Sentidos**. 10ª Ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. Linguagem e Cognição: A Construção e Reconstrução de Objetos-de-discurso. **Veredas, revista de estudos linguísticos**. Juiz de Fora, V. 6, n.1, p.29-42.

\_\_\_\_\_; FÁVERO, Leonor Lopes. Discurso e Referência. **Alfa**, São Paulo, 28:11-16, 1984.

SILVA, Sergio Gomes da. Preconceito e discriminação: as bases da violência contra a mulher. **Psicologia Ciência e Profissão**, vol. 30, núm. 3, 2010, pp. 556-571.