

Aluno: Pedro Luan Alves Crispim Cirilo.

Professora orientadora: Mrs. Raquel Pires Costa.

Colégio Universitário – COLUN/Universidade Federal do Maranhão. End: Avenida dos Portugueses, s/nº, Campus do Bacanga, CEP 65085-580. Bacanga. São Luís – MA.

Da mídia para as cabeças e vice-versa

Há muito tempo vem sendo construída uma imagem, uma ideia sobre a mulher que não dá o valor que de fato ela tem para a sociedade. Ao longo da história, as mulheres são covardemente oprimidas, menosprezadas, seja por religião ou por valores conservadores que são impostos desde cedo, que fazem elas mesmas acreditarem que não têm valor algum. Por isso, a mulher vem buscando conquistar seu espaço que lhe é de direito nesse mundo machista. E de fato elas vêm conseguindo chegar a lugares ditos antigamente como masculinos. Provavelmente isso está enfraquecendo esses valores conservadores que até hoje são passados por gerações. Mas quando a mulher volta do trabalho é ela quem tem de fazer comida, arrumar a casa; ela fez as mesmas coisas que o homem, quem sabe até mais, mas ainda é dever dela estar a serviço do companheiro. As mídias perceberam esse fato ao longo do tempo e reproduzem, em programas, músicas e em novelas os mais variados modos de manipular as pessoas. Por consequência, é formado um círculo vicioso entre o que a massa popular pensa e o que é passado pela mídia. Com isso, há um regresso na luta das mulheres.

Os comerciais de televisão na segunda metade do século XX expressavam explicitamente o pensamento de que a mulher é inferior ao homem. Muitos podem se chocar vendo uma propaganda dos anos 70 e 80, mas não se deve deixar iludir pelas aparências, pois ainda hoje as propagandas retratam essa mesma ideologia, quiçá mais perversamente, já que hoje é de modo implícito que as mentes são manipuladas, principalmente quando o público alvo é o sexo masculino, como nas propagandas onde se vendem carros, cervejas e nas quais sempre há lindas mulheres. Elas são postas como um acessório, um brinde, que você consegue ao comprar o produto. Essas mulheres que aparecem nesses comerciais são postas como a

mulher perfeita, objeto de desejo, e, assim, viram padrão de beleza, o que faz com que as mulheres queiram ser parecidas com as das propagandas, queiram ser essas mulheres “perfeitas”. Acham que sendo como a mulher do comercial serão mais amadas, mais desejadas e, assim, buscam, nos cosméticos, essa “perfeição”. Nas propagandas, não passam as mulheres de verdade, as que trabalham e estudam. Essa cultura que é reproduzida na televisão, nas revistas e jornais deve ser abolida para que a mulher não seja banalizada.

Quando crianças, os presentes que os meninos ganham são carrinhos e videogame, já os das meninas são bonecas, panelinhas e fogãozinho. Quer dizer: as mulheres são ensinadas desde cedo que os seus deveres devem ser voltados para o lar. Há tarefas que culturalmente são relacionadas quase que naturalmente ao homem e a mulher. Esses vícios que a maioria das pessoas tem de fazer essa divisão é o que alimenta esses comerciais. Durante a infância, adolescência, juventude e até mesmo na vida adulta os valores que são atribuídos à mulher são totalmente diferentes dos que são aos homens. E mulheres que não seguem esses valores são discriminadas. Por exemplo: um homem que tem relações amorosas com várias mulheres é considerado o maioral, mas quando uma mulher se relaciona com vários homens ela é considerada uma vagabunda. Não é somente em relação a isso, esse fato só é uma ponta do *iceberg*. Por trás disso há muita desigualdade entre como o homem e a mulher são vistos pela sociedade. Isso não se restringe às relações amorosas, acontece também no trabalho, no âmbito familiar, em vários ambientes, porque ser mulher tem que significar ser uma pessoa recatada, obediente ou, *a grosso modo*, inferior. Pode até parecer exagero falar assim, mas não é. É assim que muitas vezes a mulher é tratada e é vista.

A mulher é “coisificada” nos comerciais, é posta à venda junto com mercadorias. E o homem aparece representando a força, a segurança, aquele em que as mulheres devem confiar, aquele que deve ser respeitado. Por isso aquele homem que chega do trabalho e quer a comida pronta, roupa e casa limpas se vê desse jeito. E pobre da mulher se não fizer o que ele quer. Essas propagandas ajudam, e muito, a violência doméstica contra as mulheres. O homem, por se ver superior, usa a violência, física ou moral, para impor essa “superioridade”. E elas continuam sofrendo por muito tempo, não por quererem,

mas porque já foram humilhadas demais, oprimidas demais, com medo demais para ir embora. A televisão, por muitas vezes, retrata essa violência doméstica com suas novelas, muito embora contribuam para ela. E também comete uma violência ainda maior às mulheres, uma violência ao psicológico, ao estado de espírito delas. Essas mídias que mostram preocupação com elas na verdade são umas das causadoras da repressão, da violência. Conseqüentemente, as mulheres começam a se ver pequenas perto dos homens, acabando por não reconhecer o próprio valor que têm.

Hoje novos meios de repressão, meios sutis, foram adotados pelas sociedades para garantir que cada gênero seja “posto em seu lugar”. Coitadas das bruxas queimadas na idade média, coitada de Joana D’Arc, das operárias queimadas no século XIX em Nova Iorque, simplesmente por lutar por seus direitos. Então se diz: coitadas das mulheres que hoje sofrem por quererem ser como as mulheres da televisão, deveriam pelo menos poder ser felizes como elas. Portanto, quem deve mudar: a publicidade ou a sociedade? É evidente que se as mídias espelham os valores socioculturais de determinados lugares, então esses valores conservadores devem ser abominados totalmente. Todas as mulheres merecem, quem sabe até mais que os homens, o respeito e reconhecimento de todos. Nos últimos anos elas vêm tentando recuperar desfazer essa imagem que foi construída e que menospreza o seu valor. Contudo, ainda há muito a se fazer, pois ainda existe muita desigualdade entre gêneros. Deve-se mudar a forma das pessoas verem o mundo, mudar a forma como os homens veem as mulheres e como as mulheres olham para si mesmas. Principalmente o olhar delas sobre si, pois quem mais sofre com essa desigualdade são elas próprias. Mulheres, não se mirem no exemplo daquelas mulheres de Atenas.