

INTRODUÇÃO

Este projeto analisa a subalternização da mulher nos meios de comunicação de massa e nas mídias sociais e a percepção que os estudantes têm sobre essas representações. A representação da mulher em nossa sociedade passou por transformações ao longo do tempo, desde a objetificação da mulher perfeita, retratada como "ideal", até a sua luta pela representatividade e inclusão em nossa comunidade social.

METODOLOGIA

- Pesquisas bibliográficas, por meio de livros e artigos científicos;
- Entrevista com três advogados sobre a questão jurídica relacionada aos meios de comunicação e a subalternização das mulheres nesse âmbito;
- Aplicação de um survey no site FORMS, vinculado à Microsoft, com estudantes do Ensino Médio do SESI Pindamonhangaba, que forneceu dados quantitativos relacionados à temática abordada;
- Sistematização do conhecimento teórico e dos dados obtidos, por meio da plataforma Excel.

OBJETIVOS

GERAIS

- Comprovar que o machismo estrutural (HINTZE,2020) contamina as mais variadas vias da sociedade, principalmente a indústria cultural.
- Conscientizar a sociedade sobre as situações de abuso e desvalorização que uma mulher enfrenta no meios de comunicação seja por meio de propagandas publicitárias ou falas desrespeitosas e que situações como essas não podem ser normalizadas.

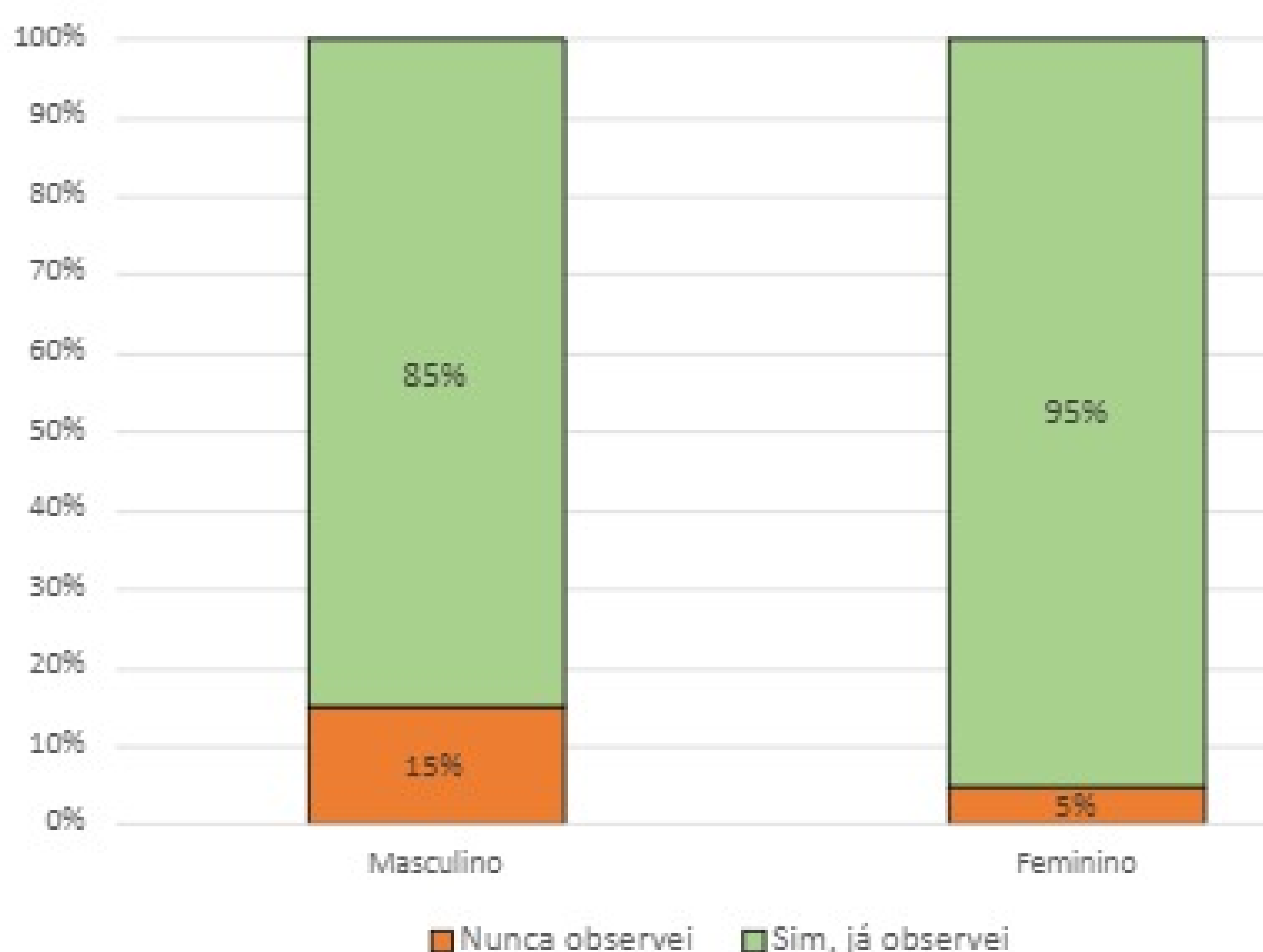
ESPECÍFICOS

- Realizar uma feira de conscientização em nosso ambiente escolar, intitulada FEMINAE, para todos os alunos e professores do corpo docente.
- Criar um projeto de lei que proteja de forma efetiva a imagem feminina nos diferentes meios de comunicação.
- Levantamento de dados e criação de gráficos, para obtermos maior embasamento sobre a questão debatida e provar que situações de sexismo estão mais próximas do que imaginamos.

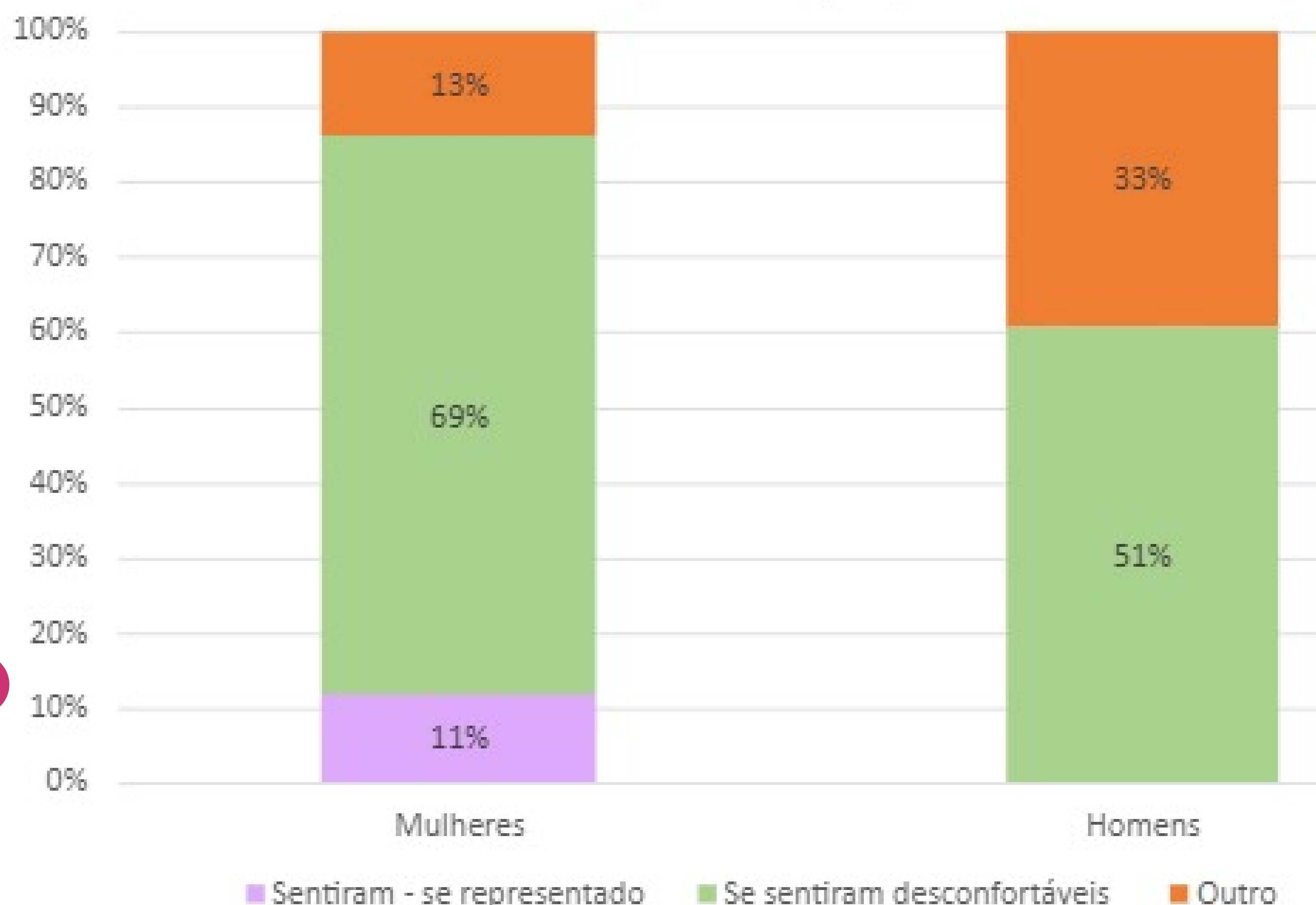
RESULTADOS

Todos os gráficos apresentados são de criação própria.

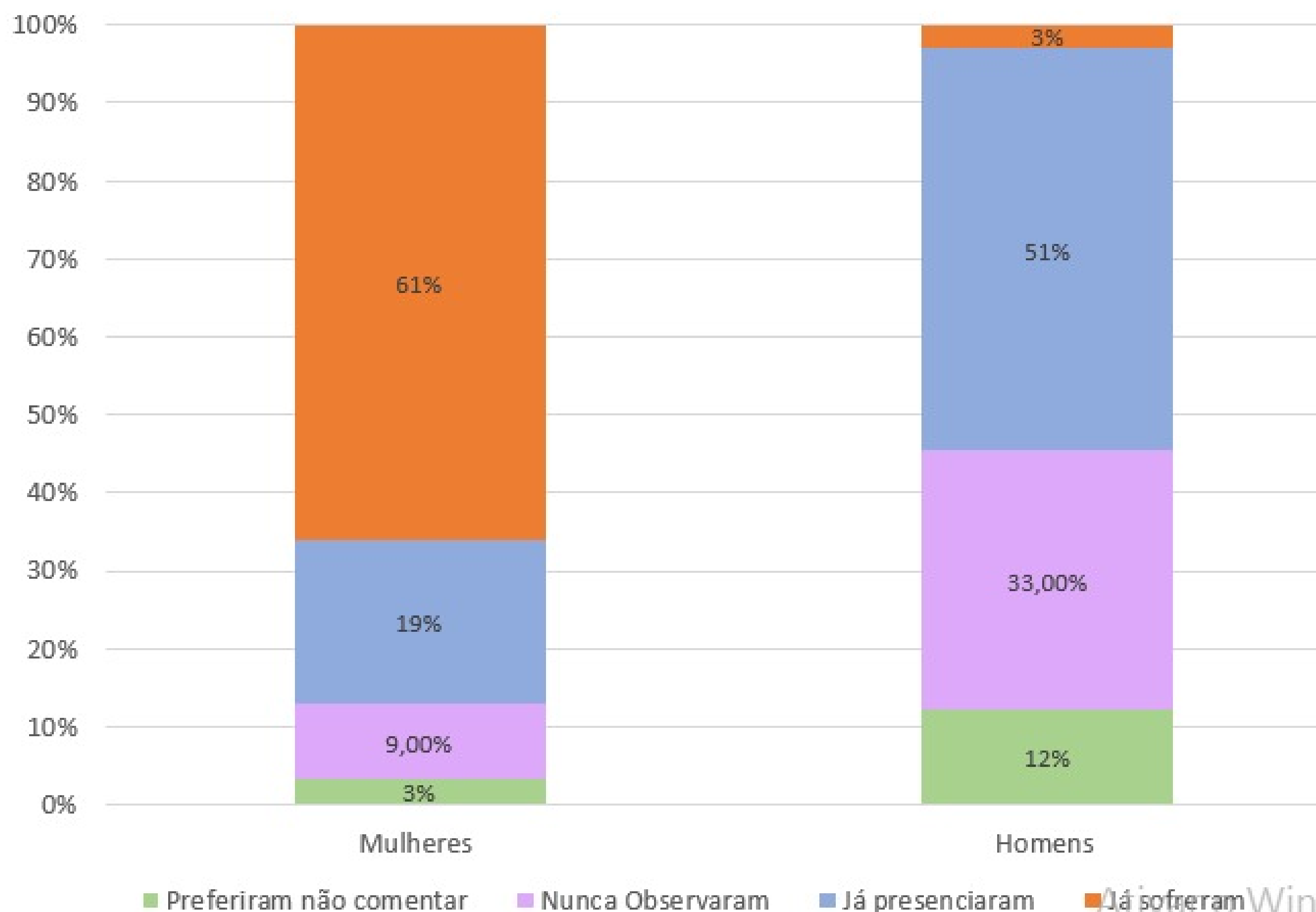
Porcentagem de percepção de propagandas explícitas divididas por autoconfirmação dos gêneros



Porcentagem dos pensamentos sobre propagandas explícitas femininas, dividida por gêneros



Porcentagem de percepção e vivência de casos de abuso nas redes sociais, dividido por gênero



CONCLUSÕES

Concluimos que existe uma grande influência da dominação masculina na sociedade brasileira, em como ele se estruturou em nosso cotidiano e as suas estratégias de normalização e naturalização da hierarquização (SEVERIANO, 2001, apud CESÍDIO, 2007). Com isso, há a reprodução da desvalorização da mulher, principalmente no âmbito midiático, que mascara o machismo estrutural (HINTZE,2020) por meio da cultura de massa com o objetivo de alienar e obter lucro. A indústria cultural detém todo o controle da preferência populacional a partir do momento em que cria conteúdos com padrões sociais, tornando-os acessíveis a toda sociedade, para então indiretamente criar comportamentos padronizados segundo as tendências propostas (BRIGIDA; PAIVA, 2021). Analisamos nos dados coletados que o público feminino observa e combate mais esta objetificação nos meios de comunicação e mídias sociais do que o público masculino, mas ainda assim não sendo um número expressivo.

PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

- BRASIL DE FATO. 'Na política, sofremos mais preconceito', afirmam mulheres sobre misoginia no Brasil. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/05/25/na-politicasofremos-mais-preconceito-afirmam-mulheres-sobre-misoginia-no-brasil>. Acesso em: 6 set. 2022.
- BRÍGIDA, Franciele Balbino; PAIVA, Lucas Rosa. EVOLUÇÃO DA IMAGEM DA MULHER NA MÍDIA. VII SIMGETI, Varginha, v. 1, n. 1, p. 1-24, nov./2021. Disponível em: <http://repositorio.unis.edu.br/bitstream/prefix/2158/1/Franciele%20Balbino%20Br%c3%adgida.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- HINTZE, H. et al. Desnaturalização do machismo estrutural na sociedade brasileira. 1. ed. Jundiaí - SP: Paco Editorial, 2020. p. 5-15.
- BORIS, G. D. J. B.; CESÍDIO, M. DE H. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. Revista Mal Estar e Subjetividade, v. 7, n. 2, p. 451-478, 1 set. 2007.