



OS PAPÉIS DE GÊNERO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: ESTUDOS CULTURAIS

Roberta Hermes Tondo¹

Após um estudo das estruturas da sociedade se percebe de forma evidente o quão forte são as distinções nas relações de gênero. Relações que partem de uma construção cultural e social das diferenças entre os sexos, cristalizando papéis tanto do homem como da mulher. Esse é um fato que se tornou tão natural no cotidiano das pessoas, através de práticas discursivas dominantes, que, por vezes, passa despercebido aos olhos mais desatentos. Como a mulher passou a existir historicamente há pouco, ainda é necessário um grande esforço com o intuito de desnaturalizar e problematizar essa hierarquização homem/mulher. No entanto, se percebe que essa tem sido uma preocupação especificamente acadêmica. Embora existam movimentos sociais que lutem por uma maior igualdade, ainda não se atingiu como deveria a sociedade em geral, a grande “massa”, que continua aprisionada a esses parâmetros, que por vezes são perversos e que infelizmente regem essas relações. Portanto, neste trabalho se faz uma análise a partir dos comerciais de televisão por possuírem uma grande abrangência das camadas sociais e de diferentes faixas etárias e também por estarem tão presentes no dia a dia da maioria das pessoas, trazendo recortes e percebendo como esse meio age como continuador e reproduzidor dessas distinções e ainda a influência que isso tem sobre as pessoas. Com isso, pode-se perceber que este artefato cultural realmente tem sido mais um dentre tantos outros meios que mantem cristalizados no tecido social essa ideia de diferenciação de gênero e que dessa forma acaba sendo mais uma barreira para que essa questão social seja superada.

Palavras-chave: Comportamento. Sujeição. Normatização. Padrões fixos.

¹ Graduanda do curso de História e bolsista de extensão do Cinema e Sociedade: Resistências e Jogos de Poder, pela Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Erechim. E-mail: roberta.hermes@hotmail.com