



Cenas Geográficas nos Circuitos Midiáticos

Ivaine Maria Tonini

Professora Adjunta do Departamento de Geografia e do Curso de Mestrado em Geografia da UFC.

Resumo: A intenção deste ensaio é mostrar como são construídas as identidades de gêneros em diversos circuitos midiáticos, a partir de um olhar de estranhamento possibilitado pela perspectiva teórica fornecida pela Geografia Cultural. A visibilidade e dizibilidade veiculadas na mídia devem ser entendidas como construções discursivas, que colocam em operacionalidade significados interessados. Ao examinar essa produção, percebe-se que a mídia tem ensinado modos de ser e de existir diferentes entre os gêneros, posicionando homens e mulheres em territórios diferentes e hierarquizados. Este trabalho também tem por finalidade mostrar como a mídia pode se articular com as temáticas trabalhadas pela Geografia em sala de aula.

Palavras-chave: mídia, gênero, identidade, ensino de Geografia.

Abstract: The aim of this paper is to show how gender identities in various media circles are constructed from a strangeness view enabled by the theoretical perspective Cultural Geography provides us. Visibility and sayability transmitted in media should be understood as discursive constructions by which interested meanings might operate. By looking at this production one may see that media has taught different ways of being and existing among the gender, locating men and women in different hierarchical places. Also it has as its aim showing how media can articulate itself with the theme Geography classes work on.

Key words: media, gender, identity, Geography classes.

INTRODUÇÃO

Estamos cercados por novos modos de produção cultural e novas formas de vida social e política, trazidas pelas rupturas, descontinuidades, deslocamentos e instabilidades de toda ordem e, que estão em andamento no mundo. Muitas delas são desencadeadas, sobretudo, pelo vertiginoso avanço das tecnologias de informação, o qual vem alterando nossas práticas cotidianas de assujeitamento e subjetivação. As fantásticas mudanças trazidas pelos meios de comunicação relacionam-se com a movimentação dos significados sobre as coisas do mundo, permitindo que eles sejam vistos como um dos *insights* atuais na fabricação de nossas identidades.

Vários estudos consideram a contemporaneidade imagética, por ela utilizar-se da mídia como um espaço de finalidades plurais: de diversão, de informação, de publicidade, de comércio, entre outros. Sendo assim, ela se torna um dos principais espaços de formação das gerações de jovens, por ensinar modos de ser, de existir e de formar pessoas. Trata-se, segundo Kellner (2001, p. 11) de um lugar que

passou a dominar a vida cotidiana, servindo de pano de fundo onipresente e muitas vezes de sedutor primeiro plano para o qual convergem nossa atenção e nossas atividades, algo que, segundo alguns, está minando a potencialidade e a criatividade humana.

Este ensaio discute algumas produções geográficas que estão implicadas na mídia, particularmente no que se refere ao acionamento de determinadas estratégias para dar significados, sentido às questões relativas ao gênero. A constituição da mídia como lugar de verdade e, nela, a importância dos temas alusivos à circulação da mão-de-obra no mercado de trabalho, à sexualidade, ao corpo, são questões que nos interessam porque ali estão sendo fabricados e veiculados territórios específicos de gênero.

A mídia tem mostrado de um modo muito particular o processo de significações e, ao mesmo tempo, a dinâmica que opera para a subjetivação do gênero. Ao colocar um olhar de estranhamento sobre essa maneira de dar visibilidade e dizibilidade ao gênero na mídia, nestes tempos em que tanto se tem discutido sobre problemas relativos à diferença e à discriminação, ao lado de temas como multiculturalismo, pluralidade e diversidade cultural, queremos ir além e pesquisar de que modo as diferentes culturas têm sido posicionadas na mídia.

O objetivo é examinar a mídia como um campo produtor de significados, que coloca em jogo diversas estratégias, implicadas em relações de poder, tecendo uma malha privilegiada para determinados conhecimentos. Buscamos mostrar, também, a mídia como um dos mecanismos que compõem uma tessitura para nos tornar o que somos.

Com esse entendimento, muitos dos recentes estudos e pesquisas nas quais tenho estado envolvida nos últimos anos têm sido pródigos em mostrar como se engendram estrategicamente as práticas de inventar identidades. As incursões sobre eles têm apontado para configurações bastante emblemáticas, que vão posicionando os sujeitos de uma maneira muito naturalizada. É com um olhar instigante sobre essas formas de construção que temos estabelecido reflexões.

AJUSTANDO AS LENTES TEÓRICAS

Para desalojar os significados inscritos na mídia, foi preciso que nos inquietássemos diante deles e

tomássemos de empréstimo algumas ferramentas de análise fornecidas pela Geografia Cultural, na vertente pós-estruturalista, para

sacudir a quietude com a qual as [os] aceitamos; mostrar que elas [eles] não se justificariam por si mesmas[os], que são sempre o efeito de uma construção cujas regras devem ser conhecidas e cujas justificativas devem ser controladas; definir em que condições e em vista de que análises, algumas[ns] são legítimas[os] (FOUCAULT, 1997, p. 29).

Trata-se, então, de tirar esses significados de seu lugar tranqüilo no qual outros podem ser colocados. Essa possibilidade é oferecida por esse campo de estudos por ele ser eminentemente político, na concepção de que o significado das coisas é produzido nas práticas culturais, as quais estão vinculadas pelas relações de poder que permeiam a produção do conhecimento.

Nesse sentido, iniciamos este artigo abordando nossos conceitos de cultura, poder e identidade com os quais é articulada a discussão central, mais no sentido de ser didática o suficiente para que os leitores e leitoras saibam de onde falamos e em que lugar nos posicionamos.

A representação não apenas reproduz o significado, mas ela também o produz. Silva (1999, p. 41) apresenta a noção de representação da seguinte forma:

em primeiro lugar, a representação é compreendida aqui, sempre, como marca material, como inscrição, como traço. [...] Em segundo lugar, se o significado, isto é, aquilo que é supostamente representado, não está nunca plenamente presente no significante, a representação - como processo e como produto - não é nunca fixa, estável, determinada. A indeterminação é o que caracteriza tanto a significação quanto a representação. Finalmente, a representação só adquire sentido por sua inserção numa cadeia diferencial de significantes. Ela é representação de alguma “coisa”, não por sua identidade, coincidência ou correspondência com essa “coisa”, mas por

representá-la (por meio de um significante) como diferente de outras “coisas”.

Para esta perspectiva, o significado não existe no mundo, não é encontrado como elemento da natureza, como algo vagando, o qual basta pegarmos para colocar sobre as coisas, sobre os objetos em si. Isso *não quer dizer que ele não tenha existência material, mas é dizer que as coisas têm o seu significado não resultante de sua essência natural, mas de seu caráter discursivo* (HALL, 1997a, p. 29). O significado sobre as coisas é o produto da forma como nós socialmente as construímos a partir dos *jogos de linguagens e dos sistemas de classificação nos quais as coisas são inseridas* (HALL, 1997b, p. 29) em nossas práticas.

A posição relevante que a linguagem passa a ter na construção do significado inscreve-se no mesmo contexto teórico que concebe a cultura de outra maneira, chamado-a de “virada cultural” nas ciências humanas e sociais. Nessa perspectiva, o significado é importante para a definição da cultura. A cultura não dá somente significado ao conjunto dos objetos, das coisas em si, mas também ao que sentimos em relação a eles, ao uso que fazemos das coisas em nossas práticas sociais. A partir delas, vão sendo constituídas as marcas de igualdade e de diferença entre as coisas deste mundo. Assim, a cultura torna-se, segundo Costa (2000, p. 34), *eminentemente interpelativa, constitutiva das nossas formas de ser, de viver, de compreender e de explicar o mundo*.

O sentimento de pertencimento a uma cultura está diretamente articulado ao sentido de partilhar os mesmos significados que circulam em seu interior, de interpretar de maneira semelhante as coisas, de forma que o significado seja compreendido por todos os integrantes dessa cultura. É esse sentimento de partilhar significado que vai organizar e regular as práticas sociais, que vai influenciar as condutas e, conseqüentemente, ter seus efeitos (HALL, 1997a).

Se a atribuição de significados às coisas é elaborada discursivamente por meio da cultura, então

aquilo que se diz que [sobre] as coisas - esses significados - não são fixos, nem naturais, nem normais, nem lógicos. Natureza, normalidade e lógica são categorias inventadas no interior de uma ‘ordem do discurso’ que as estabeleceu arbitrariamente segundo um regime ligado a sistemas de poder, inscritos em uma ‘política geral’ da verdade (COSTA, 2000, p. 35).

Portanto, os significados podem ser questionados, pois foram construídos no interior de uma determinada cultura, a partir de jogos de linguagem e de sistemas de classificação que os colocam em permanente deslocamento. Isso faz com que determinados significados, considerados marginais em determinados contextos históricos, possam transformar-se em significados hegemônicos em outros. Segundo Hall, o significado

não é direto nem transparente e não permanece intacto na passagem pela representação. Trata-se de um cliente escorregadio que muda e se adapta conforme o contexto, uso e circunstâncias históricas. Jamais é definido. Está sempre adiando, “diferindo” seu encontro com a Verdade Absoluta. Está sempre sendo negociado e inflectido, para ressoar as novas situações. Frequentemente é contestado e às vezes disputado. Há sempre diferentes circuitos de significação circulando em toda e qualquer cultura do mesmo período, coincidindo formações discursivas, que aproveitamos para criar significados ou expressar o que pensamos (1997a, p. 9-10).

Todos os elementos utilizados para expressar os significados funcionam como linguagens. A importância desses elementos para a linguagem

não é o que são mas o que fazem funcionar, sua função. Constroem o significado e o transmitem. Eles significam. Não têm qualquer significado em si. Em vez disso, são veículos ou meios que carregam significação por funcionar como símbolos, que simbolizam os significados que desejamos comunicar (HALL, 1997a, p. 5).

Seguindo nessa direção, compreendemos discurso como algo criador de significados, como um processo social de dar sentidos aos fatos, indicando não tanto como as coisas significam, mas como elas funcionam. O discurso produz seu próprio objeto e tem o efeito de fazer com que a realidade se torne o que ele diz que ela é ou deveria ser. É por essa sua capacidade de fabricar realidades que o que é dito sobre as coisas passa a ter efeito de verdade. Foucault (1996, p. 10) entende o discurso como *conjunto de saberes e práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam*. Também Hall (1997b) compartilha esse pensamento sobre o discurso, ao afirmar que esse termo se refere tanto *à produção do conhecimento através da linguagem [...] quanto ao modo como o conhecimento é institucionalizado, modelando práticas sociais e pondo novas práticas em funcionamento* (Idem, p. 29). Ambos concordam que o discurso, embora seja composto de palavras, signos para denominar as coisas, ele é mais do que isso; é esse *'mais'* que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (FOUCAULT, 1997, p. 56).

Além disso, o filósofo diz que é no próprio discurso sobre as coisas que se encontra o que é dito sobre elas; não é preciso *se voltar ao aquém do discurso - lá onde nada ainda foi dito e onde as coisas apenas despontam sob uma luminosidade cinzenta; não se vai além para reencontrar as formas que ele dispôs e deixou atrás de si; fica-se, tenta-se ficar no nível do próprio discurso* (Idem, p. 55).

Também o autor comenta que a *verdade está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e a apóiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem* (FOUCAULT, 1996, p. 13). Desse modo, o poder inscreve-se no discurso, com a intenção de fixar as significações por ele produzidas. Isso demonstra que o discurso está sempre arraigado ao poder historicamente constituído. É algo sobre o qual se exercem múltiplas operações de controle por meio das relações de poder, não podendo ser visto simplesmente como registro, mas como algo que transcende, ao nomear o que está nele inscrito.

O que está inscrito nos discursos não são significações falsas ou verdadeiras, mas *regimes de verdades que balizam e separam o verdadeiro de seu contrário; assim os discursos não descobrem verdades, senão as inventam* (VEIGA-NETO, 1996, p. 36). É com essas invenções que o discurso produz os significados e os faz funcionar por meio da linguagem.

Nossas pesquisas não têm a intenção de avaliar se o significado trazido pela imagem de homens e de mulheres corresponde a uma realidade, se é correto ou não, mas de mostrar como ele funciona na política de construção de identidades. Concordamos com Hall (1997b, p. 29), quando comenta como as identidades são estabelecidas *não das coisas em si - 'a realidade' - mas a partir dos jogos da linguagem e dos sistemas de classificação nos quais as coisas são inseridas. O que consideramos fatos naturais são, portanto, também fenômenos discursivos*. Nesse sentido, toda a produção de identidade é discursiva, tanto essencialista ou não.

Hall (1997c, p. 6), em seus ensaios recentes, tem usado o termo identidade como um ponto de encontro entre os discursos e as práticas, os quais procuram situar o sujeito no discurso. Para o autor, as identidades são *pontos de ligação temporária às posições do sujeito que as práticas discursivas constroem para nós. Elas são o resultado de uma bem-sucedida articulação ou 'encadeamento' do sujeito no fluxo discursivo*. Nessa visão, as identidades são posições de sujeitos que o discurso estabelece, construídas a partir do lugar de quem determina. Por isso, nunca são idênticas devido aos processos que são investidas do sujeito que a posição-sujeito requer. Ou seja, a identidade surge precisamente no ponto de encontro de um com o outro. Como o sujeito é produzido como efeito, através e no discurso (ele não tem qualquer existência fora dele), a identidade segue a mesma lógica. Ela só existe no discurso.

Segundo mostra essa perspectiva teórica, não existe o novo em si; mas existe, sim, um olhar que permite criar algo como novo e, assim, nova fonte de questionamentos. A investigação dá-se por meio da

operacionalidade das redes de poder. Examiná-la não significa buscar sentido para o que estaria oculto em cada imagem, nem pensar nas melhores e piores representações, nem nas mais corretas, muito menos pensar serem umas mais verdadeiras que outras; significa, sim, procurar, como argumenta Said (1996), os estilos de figuras de linguagem, cenários, mecanismos narrativos, circunstâncias históricas e sociais que a Geografia autorizou para inventar e capturar o significado das coisas sobre o mundo. Para isso, é necessário, como afirma Albuquerque Jr. (1999, p. 15), checar a esse inventário de significados *romper com a lógica identitária e encontrar a diferença lá onde ela se aloja, decifrando suas próprias condições de possibilidade, decodificando suas regras enunciativas*.

O que pretendemos nas nossas pesquisas é examinar o conhecimento geográfico capturado pela mídia, mostrando a circularidade de um saber. Intenta-se inserir um registro mais amplo, situado além da crítica pela crítica, trazendo contribuições pedagógicas, capazes de extravasar o ambiente escolar, até mesmo, em práticas sociais que se enraízam no mundo da vida.

Ao entendermos que a mídia ensina uma visão de mundo, de valores e quais comportamentos sociais e econômicos aceitáveis, percebemos existir ali regime de verdades. Assim, a imagem, por possuir estoque de verdade, vai moldando, constituindo nossas subjetividades. Ela é precisamente um veículo dos significados e mensagens simbólicas. As imagens são como textos culturais, segundo Hall (1997a, p. 34), porque *constroem o significado e o transmitem [...] são veículos ou meios que carregam significação por funcionarem como símbolos, que significam ou representam (i.e., simbolizam) os significados que desejamos comunicar*.

Todos os elementos, espaços, enquadramentos, planos, angulações, composições, etc. utilizados nas imagens expressam os significados e funcionam como linguagens. A importância desses elementos para a linguagem

não é o que são, mas o que fazem funcionar, sua função. Constroem o significado e

o transmitem. Eles significam. Não têm qualquer significado em si. Em vez disso, são veículos ou meios que carregam significação por funcionar como símbolos, que simbolizam os significados que desejamos comunicar (HALL, 1997b, p. 5).

FOCALIZANDO O GÊNERO NA MÍDIA

Há algum tempo, tenho estado envolvida com pesquisas sobre gênero, mais precisamente sobre a identidade feminina, estudo iniciado em minha tese de doutorado que objetivou penetrar em algumas práticas relativas à construção do gênero nos livros didáticos de Geografia. Com esse intuito, percorri as regularidades inscritas nesse artefato cultural para mostrar como eles operam para produzir uma identidade feminina subordinada a todas as funções do espaço doméstico e discriminada no mercado de trabalho. Usando diversas linguagens - imagens, mapas, gráficos, textos escritos - os livros didáticos de Geografia acionam variadas estratégias. Eles articulam mecanismos de legitimação que a credenciam diante dos estudantes com uma autoridade para construir significados válidos, nos mais variados âmbitos de circulação feminina.

A problematização e a discussão desenvolvida durante a pesquisa permitiram evidenciar que há uma regularidade que define um ordenamento na maneira de construir as identidades. Embora cada identidade seja posicionada em distintos referenciais, para gênero -divisão sexual do trabalho- as identidades se encontram nas mesmas redes e tramas do jogo de poder que as constituiu. Elas fazem parte de uma vontade de poder e de verdade dos discursos que as inventam com significados fixos, cristalizados e universais.

Essa invenção, ao obedecer a uma regra discursiva, que busca nas diferenças o estabelecimento das identidades, demonstra uma articulação bem-sucedida entre as forças que estão dentro do jogo de poder. Mas essa produção vai mais além dessa perspectiva, ela hierarquiza territorialmente cada uma. A hierarquia territorial é um dos objetivos centrais da

racionalidade moderna, pretendendo dividir o mundo em territórios superiores e inferiores. Nesse sentido, os discursos dos livros didáticos de Geografia produzem regimes de verdades particulares, interessados em bipartir o mundo.

Minha pretensão de abordar naquele estudo, entre outros focos analíticos, era de investigar como são inventadas e capturadas as identidades de gênero, nos livros didáticos de Geografia, a partir de uma matriz discursiva, da qual emerge a bipartição entre eles. Procurei mostrar que os discursos ali inscritos, embora utilizem referentes distintos para a produção dessas identidades, apresentam uma unidade ao dar continuidade a um processo sustentado por uma lógica que as inventa a partir de um modelo e as aprisiona em lugares opostos. Nessa perspectiva, a diferença é tomada como um operador que constrói e demarca fronteiras identitárias, autorizando classificação e hierarquização entre elas. Observo que essa lógica de produzir as identidades e separá-las nesses discursos tem estreita relação de continuidade com a maioria dos pressupostos da Modernidade e do projeto civilizatório da sociedade ocidental. A adoção dessa estratégia possibilita estabelecer, mais facilmente e com mais autoridade, comparações entre elas. Aquelas que seguem o padrão são incluídas numa posição de superioridade, e as que não o seguem são posicionadas como inferiores, como as diferentes. Essa maneira de classificar estrutura-se em torno de oposições binárias, as quais não podem ser vistas como uma simples separação, mas como uma operação de poder.

Neste momento passo a apresentar, brevemente, algumas das pesquisas que orientei para mostrar como são fecundos os estudos na produção de significados sobre o gênero na mídia. A narrativa esboçada se desenvolve nas próprias imagens e nas relações construídas entre elas¹.

Dirlá Gonçalves, *O feminino nas charges* (2002)², em seu estudo sobre um conjunto de charges postas

em circulação pelos jornais *A Razão e Diário de Santa Maria*, mostra os investimentos de poder e de saber presentes nos discursos da mídia, ao abordar questões de gênero que dispõem estrategicamente as posições masculinas e femininas. Nessa pesquisa, Gonçalves nos apresenta, entre outras coisas, os posicionamentos em que as mulheres se encontram no espaço doméstico e público.

Encontramos nas charges uma possibilidade a mais de mudanças para o ensino da Geografia. A charge é um dos tipos de desenhos de humor, presentes diariamente na mídia: jornais, revistas, internet e televisão. Trazer a charge para a sala de aula é transformar em aliado o que até pouco tempo era considerado como vilão, por ser considerado como uma literatura menor.

As charges já estão circulando há algum tempo nos livros didáticos de Geografia, tanto no ensino fundamental como no médio, como por exemplo, nos livros de Angela C. Krajewski, Raul Borges e Wagner C. Ribeiro; Demétrio Magnoli; Elian Alabi Lucci; José William Vesentini e Zoraide V. Beltrame. Nesses livros, as charges estão inseridas mais como ilustrações, num direcionamento para descanso visual. No entanto, elas podem ser trabalhadas como produções de significados.

A nossa perspectiva de análise é percebê-las não somente como um recurso didático que capture nosso estudante para a temática a ser trabalhada em aula, mas também percebê-la como um texto cultural que produz significados. Isto é, as charges são trazidas para a sala de aula com implicações, cujos efeitos se estendem para além daqueles que são pensados como alternativa didática.

Com esse pensamento, as charges apresentam uma pedagogia sobre as diversas temáticas estudadas pela Geografia. Este estudo examinou as charges que veiculavam significados de questões relativas ao gênero.

Por entender que as charges produzem e fazem

¹ Optei não trazer imagens por dois motivos: para não sobrecarregar o texto e para instigar o leitor a estabelecer outra leitura quando for capturado pelos circuitos midiáticos.

² Trabalho Final de Graduação A, do Curso de Geografia/UFSM.

divulgar uma maneira de ser mulher que se naturalizou e se faz presente em muitos lugares da cultura, decidimos utilizá-las como material empírico desta pesquisa, problematizando-as como texto cultural que inventa significados sobre o feminino e que estabelece posições espaciais ao determinar as relações entre o gênero.

Percebemos que nas charges há forte tendência a segregar os espaços entre homens e mulheres, então decidimos analisar essas representações, objetivando colaborar para uma visão crítica de como são apresentados e vistos culturalmente o masculino e o feminino na conjuntura social. A veiculação pela mídia ou outras formas de comunicação mostra esse modo diferenciado e desigual de ver o gênero como se fossem perfeitamente normais e aceitáveis essas distinções; são construções culturais. Ou seja, as coisas existem, a cultura lhes dá sentido. Nesse sentido, não existe uma natureza que obrigue a mulher ou o homem a desempenhar uma determinada atividade econômica, e nem a circular por determinado espaço na sociedade.

Por sua vez, a pesquisa de Nádia Dall Mago, *Geografia, gênero e publicidade: o corpo mostrado* (2002)³, analisa as imagens veiculadas nos anúncios comerciais para examinar as narrativas ali presentes e a forma como elas compõem a sexualidade corporal. Segundo a autora, as imagens usam o corpo como referência para a venda de produtos, isto é, utilizam estratégias corporais para interpelar o consumidor para a aquisição do produto. O material empírico foi constituído por imagens publicitárias veiculadas em revistas de grande circulação nacional, entre elas, *Veja*, *Isto é*, *Claudia*, *Nova*, *Marie Claire*, no ano de 2002.

A exploração da sexualidade dos corpos é bastante utilizada nesse meio publicitário, principalmente, a imagem feminina. Nele o corpo é mostrado de maneira diferenciada entre o gênero. As mulheres são mostradas com corpos nus ou seminus, em cenas e situações que as evidenciam como objetos de desejo. Os anúncios associam o produto a ser vendido com o corpo mostrado: ambos desejados. Tal significado permite

continuar naturalizando o corpo feminino colado ao significado de algo facilmente adquirido e consumível.

As imagens masculinas que predominam na mídia mostram o corpo de outra maneira: ele é vestido e não é usado como interpelação sensual para a venda de produtos. Nessas imagens o homem aparece, quase sempre, em cenários que o conectam a valores vistos como normais na sociedade capitalista.

Desse modo, parece existir na publicidade uma territorialização sexual para os corpos, o masculino e o feminino circulam por lugares distintos e de maneiras diferenciadas: o feminino é lugar de exibição de um corpo sedutor, apelativo sexualmente. É ele que proporciona a sedução, excita o consumidor ao desejo de posse, que o motiva a comprar. Assim, o corpo feminino passa a ter um valor de uso, como uma mercadoria, enquanto que o masculino não é mostrado com esses valores.

As diferentes representações do corpo que circulam nessas imagens produzem efeitos, constituem modos de ser e de agir, contribuindo, assim, para a construção da identidade feminina e masculina. Assim, ao olharmos essas imagens do corpo feminino e masculino, marcados por referentes diferenciados para anunciar um mesmo produto, percebemos o quanto o significado pode ser construído através da linguagem visual.

Ao examinarmos essas imagens que envolvem o corpo, nosso intuito não é buscar os equívocos, os enganos, os erros, e nem apontar para uma cena mais correta, mais verdadeira. Somente queremos evidenciar como se dá a construção do significado de gênero.

Também Elisângela Araújo e Maria Lidiane de Batista Julião, *Imagens femininas na Revista Caras* (2003)⁴ mostram a revista como um artefato cultural, ao problematizar as imagens de homens e mulheres. Nesse lugar, as imagens femininas são trazidas pela estética corporal, todas possuem referentes físicos do momento: magras, "saradas", entre outros. Sendo o foco da imagem endereçado para o corpo, essas mulheres

³ Trabalho final da disciplina de Instrumentação para o Ensino da Geografia, do Curso de Geografia/UFMS.

passam valores corporais a ser desejados, copiados.

Os lugares em que elas são fotografadas pouco se articulam com os locais de suas profissões. Elas são fotografadas em jardins, piscinas, em suas casas. São lugares conectados ao espaço doméstico. Imagens de mulheres exercendo sua atividade profissional são raras, como também nas entrevistas pouco se fala dessa atividade. Geralmente as perguntas estão direcionadas para respostas que permitem construir uma mulher dócil, companheira, afetiva, dependente. Ou seja: ainda com valores fortemente atrelados à mulher construída pela modernidade.

No entanto, os homens são fotografados em suas profissões. Geralmente eles aparecem exercendo as atividades econômicas, como grandes batalhadores. As entrevistas dão relevo aos seus sucessos empresariais; a família, quando aparece, é para dar suporte emocional. Esses referentes permitem uma leitura da construção de um homem intelectual, trabalhador.

As imagens da revista mostram que ambos fazem sucesso, só que os caminhos para tal sucesso são diferentes: as mulheres o alcançam por sua beleza corporal, os homens por seu espírito empreendedor. As mulheres têm esse atributo por decreto da natureza, os homens por sua luta constante.

Diante dessas imagens, constata-se que homens e mulheres estão sendo mostrados por referentes articulados em valores que os posicionam em lugares distintos. Isso permite nos perguntarmos sobre os modos pelos quais esse produto da mídia se torna elemento formador de pessoas. As pessoas se sentem reconhecidas nas imagens da Revista Caras? Elas encontram nessas imagens seus significados culturais? Ou seja: são capturadas?

Em outra pesquisa, focalizando os artefatos culturais, Gustavo Siqueira da Silva, *Lições de gênero na internet: os blogs*⁵ (2003)⁶, ao discutir a construção

da identidade de gênero na internet, através dos *blogs*, entre tantas questões interessantes que levanta, apresenta-nos uma lição de aula, cujo conteúdo nos ensina muitas coisas sobre as diversas identidades de gênero que ali circulam.

O autor discorre sobre a inserção cada vez mais intensa das tecnologias digitais na vida dos jovens estudantes, evidenciando a passagem de uma cultura escrita linear para a hiperterxtualidade. A partir disso ele mostra como os estudantes são posicionados na escola quanto ao gênero e, ao mesmo tempo, como esses estabelecem suas identidades de gênero pelos *blogs* da internet. O interessante é perceber como as identidades de gênero são construídas a partir de referentes distintos. Enquanto que a escola continua em suas práticas a acionar lugares e valores articulados a um tempo em que predomina a estabilidade, a certeza, a dependência, a obrigatoriedade, os *blogs* circulam a provisoriedade, a incerteza, a independência, a erotização nas meninas e nos meninos.

Pelos *blogs* circula um pensamento juvenil articulado num cenário dito pós-moderno. Ali está protagonizada uma pedagogia cultural que nos ensina como as dinâmicas culturais, assentadas em rupturas, deslocamentos, descontinuidades de valores, colocam a posição da menina em fragmentação, mobilidade, flutuação. Assim, desloca-se a concepção de menino e menina: uma, centrada, equilibrada, coerente e estável, mostrando que elas podem ser muitas, ao mesmo tempo e em diferentes tempos.

Essa diversidade de posição/sujeito também circula pelo referente sexual desses jovens estudantes. A internet, por permitir o anonimato, parece oferecer maior liberdade de expressão, ao contrário da escola, que, na maioria das vezes, ainda apresenta resistência em lidar com outras opções sexuais. Nos *blogs*, eles manifestam suas preferências, seus desejos, seus prazeres

⁴ Trabalho final da disciplina Prática de Ensino de Geografia I, do Curso de Geografia/UFC.

⁵ Blog é uma "versão" digital dos diários utilizados pelos jovens para registrar seu cotidiano, seu acesso é livre.

⁶ Trabalho Final de Graduação A, do Curso de Geografia/UFSM.

com maior tranquilidade. Nesse lugar, as identidades sexuais são negociadas.

Nos *blogs*, a vida cotidiana dos jovens está submetida ao fascínio e aos apelos estéticos do consumismo, eles empreendem verdadeiras batalhas pelo campo da mercantilização dos objetos, imagens e toda sorte de objetos consumíveis.

Com isso, criam-se territorialidades cibernéticas que desterritorializam e reterritorializam os espaços das práticas sociais e econômicas do mundo real. A internet não pode ser vista como somente um lugar de veicular conhecimento, também deve ser percebida como lugar produtor de conhecimento que assujeita e subjetiva os jovens estudantes que por ali circulam.

FECHANDO O FOCO

Existe muitas maneiras de a mídia dar significado aos homens e às mulheres e, para cada um deles, podem-se constatar diferenciações. Nossos olhares, sobre esses artefatos culturais comenatdos, evidenciaram a existência de uma rede de significados femininos endereçada sempre para a mesma direção: posições e destinos territoriais diferentes dos reservados ao masculino.

Os textos midiáticos analisados possibilitam apontar para a existência da divisão territorial. As mulheres, apesar de alcançarem a tão divulgada liberdade e igualdade, continuam sendo mostradas de maneiras distintas, que permitem que elas sejam posicionadas em espaços diferentes, de maneira naturalizada, que vai ensinando seus modos de ser, de existir.

A partir dessas inquietações, percebemos a existência de uma pedagogia na mídia, a qual possibilita inúmeras articulações com as temáticas estudadas pela Geografia em sala de aula, visando a promover uma outra maneira de trabalhar e construir o saber geográfico.

O que venho aprendendo em meu envolvimento com essa perspectiva de estudos, e em meio às análises

em andamento, tem produzido guinadas e grandes deslocamentos nas formas de dar aulas com auxílio da mídia, e permitido refletir sobre a produção de significados que nela circulam. Atualmente, percebo que *vídeo-clips*, *outdoors*, *programas de tv*, jornais, encartes de propagandas; para citar apenas alguns exemplos dessa parafernália de produtos culturais circulantes no nosso cotidiano - são textos culturais que operam constitutivamente em relação aos objetos, sujeitos e verdades de nosso tempo.

Nosso imaginário é capturado pela mídia e a partir dele nossas percepções, opiniões e desejos se reconstroem todos os dias. Nesse sentido, é tarefa urgente nos apropriarmos deles e construir práticas pedagógicas articuladas com os lugares que capturam nossos estudantes.

Estudar as diversas formas como se estruturam as imagens para atingir o público, tem permitido compreender um pouco da complexidade da mídia, na medida em que ela se torna produtora de identidades. Daí a necessidade da abertura do currículo para a experiência e o conhecimento existente fora do contexto escolar.

É importante que professores e estudantes aprendam a entender, interpretar e criticar os significados e as mensagens veiculadas na mídia. O currículo escolar deve inserir-se nessa cultura contemporânea de produção de significados que tanto tem ensinado como nos comportar, como pensar e sentir, para resistir a sua manipulação. Ao aprendermos a ler criticamente a mídia poderemos aumentar nossa autonomia e adquirir outros conhecimentos para produzir novas formas de cultura (KELLNER, 2001). Desse modo, poderemos desconstruir, resistir, rejeitar os significados dominantes, criando nossos próprios olhares e leituras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco; São Paulo: Cortez, 1999. 338 p.

COSTA, Marisa Vorraber. **Currículo e política cultural**. In: _____. (Org.) O Currículo nos limiares do contemporâneo. Rio de Janeiro: DP&A, 1998. p. 37-68.

_____. **Mídia, magistério e política cultural**. In: COSTA, Marisa Vorraber. Estudos Culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedo, literatura, cinema... Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000. p. 73-91.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do discurso**. 2. ed. Tradução de Laura F. A. Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996. 82 p.

_____. **A Arqueologia do saber**. 5. ed. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense, 1997. 240 p.

HALL, Stuart. **A Centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Educação & Realidade. Porto Alegre, v. 22, n. 2, jul./dez. p. 15-46. 1997a.

_____. **The work of representation**. In: _____. (Ed.) Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage, 1997b. p. 1-75.

_____. **Introduction: who needs identity?** HALL, Stuart; DU GAY, Paul (Eds.) Questions of cultural identity. London: Sage, 1997c. p. 1-17.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001. 452 p.

SAID, Edward. **Cultura e imperialismo**. Tradução de Denise Bottman. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995. 459 p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O currículo como fetiche. A poética e a política do texto curricular**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. 120 p.

TONINI, Ivaine Maria. **Geografia escolar. uma história de seus discursos pedagógicos**. Unijuí: Ijuí, 2003. 84 p.

_____. **Imagens nos livros didáticos de Geografia: seus ensinamentos, sua pedagogia**. Revista Mercator. Fortaleza, n.4, p. 35-44, 2003.

VEIGA-NETO, Alfredo. **A ordem das disciplinas**. Porto Alegre: UFRGS, 1996. 322f. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1996.