



Este projeto é financiado
pela União Europeia

Planos de aula 4 – Estereótipos de gênero, raça/etnia e mídia

Nos meios de comunicação de massa, os estereótipos aparecem como uma dimensão de representações unilaterais e homogêneas da realidade, apresentadas como sendo a “própria realidade”, ou seja, a mídia, muitas vezes, naturaliza os estereótipos, confirmando cotidianamente determinadas visões de mundo, em detrimento de outras.

Nesta perspectiva, os espaços público e privado ganham valorações diferenciadas na cobertura jornalística e, portanto, na visibilidade, que têm homens e mulheres inseridos no ambiente de trabalho e na política. Nas coberturas jornalísticas, por exemplo, há muito mais ênfase ao estado civil, às relações afetivas, à idade, ao vestuário, à aparência física das mulheres do que dos homens. Isso reforça a ideia de que, ao senso comum, as questões relativas às mulheres estejam sempre associadas ao privado; enquanto que aos homens vincula-se a vida pública. Enfim, apesar das mudanças que ocorreram nos direitos da mulher, a mídia ainda trata as mulheres como pessoas que “nasceram” preparadas para o cuidado e a delicadeza.

No que diz respeito a pluralidade racial e cultural, muitas vezes, os jornais brasileiros debatem sobre racismo, mas negligenciam a relação entre esta violência e o quadro de homicídios que vítima, principalmente, a população negra no País. Tal realidade impõe a necessidade de rastreamento das práticas racistas, que nem sempre se traduzem pelo ódio explícito à diferença étnica. Seus dispositivos são acionados, muitas vezes, de modo automatizado, naturalizado, quase silencioso, dificultando sua identificação e seu enfrentamento (ANDI, 2012).

Uma vez que as narrativas dos meios de comunicação de massa sobre as mulheres e a população negra impactam negativamente a vida dessas pessoas, cabe a escola contribuir para a construção de um referencial de ação, na perspectiva da igualdade, equidade e proteção dos Direitos Humanos.

Aula 1 – Compartilhando

Objetivo	Duração	Materiais
Contribuir para a ampliação do repertório sobre gênero, masculinidades e feminilidades, estimulando a crítica aos estereótipos apresentados nos diferentes veículos de comunicação.	± 50 minutos	Celulares com gravador, computador com acesso à internet.

Passo a passo

1. Inicie a aula apresentando a *Campanha O Valente não é Violento*, cujo objetivo é estimular a mudança de atitudes e comportamentos machistas, enfatizando a responsabilidade que os homens devem assumir na eliminação da violência contra as mulheres e meninas.
2. Em seguida, apresente o spot da Campanha:
(<https://www.facebook.com/ovalentenaovieolento/videos/vb.198695300313883/293471334169612/?type=2&theater>)
3. Pergunte às/aos participantes quais foram as mensagens passadas nesse *spot* e escreva-as no quadro.
4. Peça que formem 4 grupos e que escrevam uma frase enfatizando a igualdade entre homens e mulheres. Construídas as frases, sugira que compartilhem a frase com seus pares via *WhatsApp* ou utilizando outra mídia digital.
5. Encerre explicando que a Campanha “O Valente não é Violento” tem o apoio da Secretaria de Políticas para as Mulheres do Governo Federal. É uma iniciativa dentro da campanha “UNA-SE Pelo Fim da Violência Contra as Mulheres” (www.onu.org.br/unase), que tem como objetivo é estimular a mudança de atitudes e comportamentos machistas, enfatizando a responsabilidade que os homens devem assumir na eliminação da violência contra as mulheres e meninas. A iniciativa também está inserida dentro do período da campanha *16 Dias de Ativismo pelo Fim da Violência contra as Mulheres*, com início em 25 de novembro, com o Dia Internacional pela Eliminação da Violência contra as Mulheres, e vai até o dia 10 de dezembro, Dia Internacional dos Direitos Humanos.

Aula 2 – Mídia e estereótipos

Objetivo	Duração	Materiais
Favorecer o questionamento das expectativas sociais sobre o feminino e o masculino.	50 minutos	Revistas diversificadas, jornais, propagandas, celulares com gravador.

Passo a passo

1. Divida o grupo em subgrupos de três ou quatro pessoas.
2. Distribua algumas revistas por subgrupo e solicite que escolham uma propaganda que contenha imagens associadas ao masculino e ao feminino.
3. Dê vinte minutos para cada subgrupo pesquisar as imagens nas revistas e discutirem, sobre as seguintes questões
 - ✓ *Vocês acham que o fato de ser uma mulher ou um homem ligado aos devidos produtos e ambientes facilita a venda e/ou o impacto da propaganda nos leitores? Por quê?*
 - ✓ *Vocês acham que essas mulheres e homens que aparecem na mídia representam a maioria dos homens e mulheres que compõe a sociedade? Se não, quais são as diferenças?*
 - ✓ *Vocês se sentem representados nestas imagens?*
 - ✓ *Como as mulheres esportistas são retratadas na mídia? E se elas forem negras?*
 - ✓ *Como os homens esportistas são retratados na mídia? E se eles forem negros?*
 - ✓ *Que modelos de mulher e de homem vocês gostariam de ver na publicidade?*
4. Incentive os/as participantes a analisarem o material tanto na forma (cores, os personagens, padrões físicos, posturas, as cenas), quanto no conteúdo das imagens (os *slogans* ou textos).
5. Quando terminar o tempo, peça que cada subgrupo, apresente suas conclusões sob a forma de um *podcasts*, ou seja, de arquivos de áudio transmitidos via internet.
6. Encerre explicando que, a análise de materiais publicitários é uma boa maneira de se perceber o papel da mídia na formação dos estereótipos. As mulheres que aparecem em peças publicitárias, por sua vez, são loiras, magras, de olhos azuis, mas a maioria das mulheres brasileiras não é assim. Os homens, por sua vez são valorizados pelos símbolos de poder financeiro, aparecendo sempre bem vestidos, trabalhando em grandes empresas, com carros caríssimos, mas a realidade de muitos também não é essa. No contexto esportivo, apesar de alguns jogadores estarem presentes em

propagandas da moda e estilos “ricos” de vida, o preconceito e a discriminação contra mulheres, negros/as e pessoas que tem uma orientação sexual ou uma identidade de gênero diferente da heterossexual, permanece.

Saiba +

A publicação *Juventude na Mídia Brasileira: estereótipos e exclusão*, de Fernanda Coelho da Silva, apresenta uma discussão sobre a relação da mídia brasileira com a juventude, especialmente para com o/a jovem negro/a, pobre e morador/a da periferia. O autor justifica suas afirmações a partir de exemplos tirados da própria mídia.

Disponível em: http://www.usp.br/anagrama/Silva_Juventude.pdf

Sessão de cinema

O filme comercial *As Melhores Coisas do Mundo*, de Laís Bodanzky, conta a história de dois irmãos que passam por mudanças no relacionamento com seus familiares e amigos. Boa parte da trama ocorre num colégio particular em que os dois adolescentes estudam. Pode proporcionar uma boa discussão sobre as Culturas juvenis e as tecnologias digitais que geram impactos relevantes nas interações adolescentes e juvenis.

Disponível em locadoras.

Histórias Cruzadas – Direção Tate Taylor, 2011

O filme narra a luta de Eugenia Skeeter Phelan para dar voz às mulheres negras vítimas do forte racismo presente na década de 60 nos Estados Unidos. Moradora de Jackson, uma pequena cidade no estado do Mississippi, a garota, que quer ser jornalista, decide escrever um livro sob a perspectiva das empregadas negras acostumadas a cuidar dos filhos da elite branca, da qual ela mesma faz parte. Skeeter se alia à empregada de sua melhor amiga, Aibileen Clark e, mesmo contrariando a sociedade, juntas seguem em busca de igualdade.

Disponível em locadoras

Aula 3 – Mídia e racismo

Objetivo	Duração	Materiais
Identificar as situações de racismo existentes na mídia brasileira.	± 50 minutos	Histórias em quadrinhos, panfletos, jornais, encartes, revistas de esporte, texto <i>O Mito da Democracia Racial</i> para todos/as.

Passo a passo

1. Organize os/as participantes em cinco grupos e explique que a proposta é analisar alguns materiais dos meios de comunicação tendo em vista a dimensão de gênero e etnicorracial. Informe que cada grupo receberá um determinado tipo de material:

Grupo A – revistas em quadrinhos;

Grupo B – panfletos de propaganda de lojas, carro, apartamento etc.;

Grupo C – números do jornal local de maior circulação;

Grupo D – encartes sobre programas de TV, principalmente sobre novelas e programas de auditório;

Grupo E – revistas e cadernos de esporte.

2. Distribua a folha de apoio e solicite que cada grupo analise o material recebido a partir dos seguintes tópicos:
Quem ocupa o lugar mais importante do material analisado. Homens? Mulheres? Brancos? Negros? Indígenas?

Quantas mulheres aparecem no material? Quantos homens aparecem?

Em que situações aparecem imagens de: Brancos? Negros? Asiáticos? Indígenas? Outros?

3. Após as apresentações, abra o debate a partir das seguintes questões:

✓ *O que é racismo?*

✓ *O que é sexismo?*

✓ *Como a população indígena é retratada na mídia?*

✓ *Quais as formas de racismo que adolescentes e jovens negros/as sofrem?*

✓ *Como a reflexão sobre o racismo pode contribuir para a redução das vulnerabilidades de adolescentes e jovens em relação às violências?*

4. Depois da discussão, distribua o texto *O mito da democracia racial* (Folha de apoio) e faça uma leitura coletiva
5. Encerre explicando que a mídia não pode ser tratada apenas como sinônimo de troca de informação, pois as áreas de noticiário e entretenimento da mídia têm importante influência nos pensamentos, atitudes e comportamentos de mulheres e homens. Não há na mídia brasileira a promoção de uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher – branca, negra, asiática, com deficiência e indígena, por exemplo. Com

raríssimas exceções, o racismo também não é um tema constante nas páginas dos jornais e revistas, embora a população negra seja hoje quase metade dos habitantes do país. Os/as negros/as estão super-representados nos índices de exclusão social e nos espaços de poder, por onde os meios de comunicação mais circulam.

Folha de apoio: O mito da democracia racial

Durante muito tempo, disseminou-se a ideia de que a sociedade brasileira era uma democracia racial, ou seja, que vivíamos em um país em que não havia nenhuma forma de preconceito nas relações entre as pessoas brancas e negras.

A partir da pressão de ativistas do movimento negro e com a colaboração de estudos e pesquisas que identificaram claramente a existência das desigualdades étnicas e raciais no Brasil, vêm sendo construídas estratégias de políticas públicas para enfrentar essas desigualdades. As políticas afirmativas que garantem um maior acesso de pessoas pretas, de pardas e indígenas à escolarização é um exemplo dessas políticas.

O uso da expressão "racial" ganhou no Brasil um significado político no processo de afirmação das identidades das populações negras, entre as quais estão incluídos especificamente pretos e pardos. Quando se trata da diversidade da população brasileira, negro é, para além da cor, a expressão de culturas, de tradições, de religiosidades e, particularmente, de uma história. Uma história de exclusão e uma história de lutas por uma sociedade mais justa e livre do racismo, seja o racismo declarado ou o racismo camuflado.

O movimento indígena e muitas pesquisas realizadas no campo da antropologia têm mostrado que a pluralidade cultural e racial entre povos indígenas e não indígenas também são historicamente marcadas por relações conflitantes e de desrespeito às populações indígenas. Mais de 220 povos indígenas diferentes estão presentes no território nacional, falantes de, aproximadamente, 180 línguas diferentes.

Apesar das várias mudanças já constatadas, basta dar uma olhada, por exemplo, nos indicadores de mortalidade materna, de expectativa de vida e de mortalidade infantil para perceber que, em pleno século 21, o racismo e a discriminação racial ainda impedem que negras e negros, índios e índias tenham a mesma oportunidade que brancas e brancos.

Fonte: BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais. **Adolescentes e jovens para a educação entre pares:** raça e etnias / Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica – Brasília: Ministério da Saúde, 2011.

Leia +

Educação antirracista: caminhos abertos pela Lei Federal nº 10.639/03

O texto dedica atenção especial à escolarização dos afro-brasileiros, bem como a outros assuntos ligados ao antirracismo no Brasil. É um instrumento importante para a compreensão do processo de discriminação racial nas escolas e da importância da implementação da Lei nº 10.639/03.

Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001432/143283por.pdf>

Somos todas rainhas

De autoria da historiadora Giselle Cristina dos Anjos Santos, esta publicação prioriza os períodos de transição da história mundial, de muita dor, sofrimento, mas também, de muita resistência e conquista. Evidencia a importância da aplicação da Lei nº 10.639, de 09 de janeiro de 2003 que altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, estabelecendo as diretrizes e bases da educação nacional para a inclusão no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática “história e cultura afro-brasileira”.

Disponível em: <http://www.afrika.org.br/publicacoes/somos-todas-rainha-1ed.pdf>

Sessão de cinema

O vídeo *Vista a Minha Pele*, da CEERT, é uma divertida paródia da realidade brasileira. Serve de material básico para discussão sobre racismo e preconceito em sala de aula. Nessa história invertida, os negros são a classe dominante e os brancos foram escravizados. Os países pobres são Alemanha e Inglaterra, enquanto os países ricos são, por exemplo, África do Sul e Moçambique. Maria é uma menina branca, pobre, que estuda em um colégio particular graças a uma bolsa de estudos, pois sua mãe trabalha como faxineira na escola. A maioria de seus colegas a hostiliza, por sua cor e por sua condição social, com exceção de sua amiga Luana, filha de um diplomata que tem uma forma diferente de pensar e agir, pois já morou em países pobres.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LWBodKwuHCM>

Referências

ANDI. **Imprensa e racismo**. Disponível em: [file:///C:/Users/silvani/Downloads/Imprensa-e-Racismo_FINAL_14dez-2012%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/silvani/Downloads/Imprensa-e-Racismo_FINAL_14dez-2012%20(1).pdf). Acesso em 09 de junho de 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais. **Adolescentes e jovens para a educação entre pares: raça e etnias** / Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Básica – Brasília: Ministério da Saúde, 2011.

_____. Ministério da Saúde. Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República. **Política Nacional de Saúde Integral da População Negra**, 2006.

_____. **Raças e Etnias: Adolescentes e jovens para a educação entre pares**. Brasília. Ministério da Saúde/UNFPA/UNESCO, 2010.

FREITAS, Viviane. **Um olhar sobre os estereótipos de gênero na mídia: o retrato de Dilma Rousseff na edição especial de Época pós-eleição 2010**. Disponível em:

http://www.sndd2014.eventos.dype.com.br/arquivo/download?ID_ARQUIVO=4128. Acesso em 12 de julho de 2015.

INSTITUTO SOU DA PAZ. **Gênero fora da caixa: guia prático para educadores e educadoras**. São Paulo: Sou da Paz, 2011.