

A MANUTENÇÃO DOS PADRÕES DE GÊNERO NO CINEMA HOLLYWOODIANO

Leonardo Amaral Nunes Amorim¹

Helena dos Santos Souza²

Joyce de Souza Nicácio³

Marcela Caroline da Silva Moura⁴

Renata Oliveira Cruz Alves⁵

Jesana Batista Pereira⁶

Publicidade e Propaganda



**cadernos de
graduação**

ciências humanas e sociais

ISSN IMPRESSO 1980-1785

ISSN ELETRÔNICO 2316-3143

RESUMO

O presente trabalho surgiu a partir da disciplina Cultura Brasileira e Regional ofertada no curso de Comunicação Social como matéria obrigatória e em Psicologia como disciplina eletiva. As discussões desenvolvidas se encontram no âmbito da produção de uma interlocução entre as relações de gênero e a narrativa cinematográfica. Entender como se dá o processo de criação cinematográfica e de que forma esse interfere na produção e reprodução de padrões de comportamento e estereótipos dos indivíduos na sociedade é o objetivo deste trabalho. O tema central nessa reflexão é as representações da mulher no cinema a partir da década de 1950. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE

Cinema. Mulher. Hegemonia. Indústria Cultural.

ABSTRACT

This work arose out of Brazilian Culture and Regional discipline offered in the course of Social Communication as regards compulsory and in psychology as elective discipline. The discussions are developed within the framework of the production of a dialogue between gender relations and the cinematic storytelling. Understand how the film creation process and how this interferes with the production and reproduc-

tion of patterns of behaviour and stereotypes of individuals in society is the objective of this work. The central theme in this reflection is the representations of women in movies from the Decade of 1950. The methodology used was bibliographical review.

KEYWORDS:

Movies, woman, hegemony, cultural industry.

1 INTRODUÇÃO

Com a alteração do cenário mundial após o fim da segunda guerra mundial, entendemos o período a partir da década de 1950, como propício a possibilitar determinadas compreensões acerca do atual cenário social em que nos encontramos. A vitória dos Estados Unidos sobre a antiga União Soviética na Guerra Fria resultou em uma alteração significativa nos modos de produção econômica capitalista e sua disseminação não só na América, como também no mundo, alterando valores socioculturais em escala global e especificamente criando novas ferramentas para a produção cinematográfica que toma foros de indústria cultural (SANTOS, 2011).

A partir desse cenário e do interesse em relacionar questões de gênero e indústria cultural, propõem-se, a partir de revisão bibliográfica, uma discussão das imagens das mulheres nos registros cinematográficos a partir da década de 1950 até o momento atual, buscando a compreensão desse processo para que seja possível o questionamento acerca da representação criada do corpo feminino e da posição assimétrica que ele ocupa no âmbito das relações de gênero no imaginário social. A visualização desse panorama a partir do cinema tem como objetivo propiciar o entendimento acerca do processo de construção e invenção da imagem da mulher na indústria cultural e os desdobramentos que isso vem resultando.

2 CONTEXTUALIZANDO

2.1 CINEMA ESTADUNIDENSE E A INDÚSTRIA CULTURAL

Muito o cinema evoluiu desde que primeiro foi inventado. As formas de produção da imagem mudaram e diversas foram as ferramentas acrescentadas às suas produções. Mas não foram esses os fatores que mais influenciaram nas mudanças e nos caminhos tomados. São, na verdade, características que se desenvolveram a partir do interesse de terceiros e na percepção do cinema como propaganda e indústria.

O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural. Desde a súbita introdução do filme sonoro, a reprodução mecânica pôs-se ao inteiro serviço desse projeto. A vida não deve mais, tendencialmente, deixar-se distinguir do

filme sonoro. Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fim, passear e divagar no quadro da obra fílmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos – e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro – paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva. São feitos de tal forma que sua apreensão adequada exige, é verdade, presteza, dom de observação, conhecimentos específicos, mas também de tal sorte que proíbem a atividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente diante de seus olhos. (ADORNO, 2003, p. 118-119).

A indústria cultural se faz devido ao capitalismo que se alastra, especialmente quando analisamos o cinema estadunidense. Hollywood, ainda que não produza tanto quanto Bollywood é um cânone de referência global para as produções cinematográficas, especialmente para países que não apresentam seus próprios mercados e indústrias desenvolvidos e valorizados, como é o caso do Brasil¹.

[...] a indústria cinematográfica mudou. Outrora um pequeno negócio dirigido por empresários entusiastas, passou a se concentrar num oligopólio dirigido por estúdios de Hollywood, que também tiveram de vender sua parte para outros interesses – principalmente na área da comunicação e da eletrônica -, de modo que hoje o cinema é simplesmente um outro resultado da necessidade de diversificação dos grandes conglomerados. (TURNER, 1997, p. 19).

A publicidade incide então, ainda mais fortemente, sobre a sociedade, contando dessa vez com essa grande ferramenta de arte, que traria em si a rápida capacidade

1 “[...] a historiografia clássica do cinema nacional enfatiza a filmagem, revelando um comportamento que caracteriza a postura dos cineastas brasileiros, isto é, eles se concentram em seus filmes e evidenciam pouco interesse pelas formas de produção, de distribuição e de comercialização de suas obras. Em linhas gerais, o mito fundador do cinema nacional contém um dos elementos estruturais para a compreensão das dificuldades de consolidação da indústria cinematográfica no Brasil: os problemas de comunicação entre os produtores das mensagens cinematográficas, em especial os diretores dos filmes, e os receptores dessas mensagens, ou seja, os espectadores brasileiros” (LEITE, 2005, p. 23).

de atingir a todos. Além de permitir a visualização de um dado período histórico e sua cultura, as produções cinematográficas permitiriam a modificação da realidade. Assim, a imposição de normas se tornou eficaz à medida que se implantava de maneira quase que imperceptível a indústria do entretenimento. Noções sobre os mais diversos temas e ideologias eram fabricadas como forma de permitir a expansão de um sistema e o controle sobre os corpos nos espaços de dominação da lógica capitalista.

[...] tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. (BAUMAN, 2005, p. 17).

E por nos inserirmos em uma sociedade machista, patriarcal, o socialmente construído como objeto de desejo dos homens, a mulher, essa foi se tornando fortemente mercantilizada. É o que Baudrillard chama de “fascínio auto-erótico, o da mulher-objeto que se olha e, com os grandes olhos abertos, volta a fechá-los sobre si mesma” (BAUDRILLARD, 1996, p. 45). O corpo feminino, então, passou a ser alvo de privações e imposições. E o cinema atua como cristalizador da representação dessa imagem nesse processo de adesão e constante imposição.

2.2 A MULHER DA DÉCADA DE 1950 À ATUALIDADE

A imagem da mulher na sociedade passou por diversas alterações durante todo período que se conhece da humanidade. Segundo Ceccarelli (2010, p. 22) “a imagem do corpo tem grande importância, mas trata-se, antes de mais nada, de um corpo social”, por isso segue dotado de significados. A Terra inclusive, já chegou a ser vista como um corpo feminino. O corpo foi se munindo de significados atribuídos a ele pelas instituições de poder dominante em uma sociedade dada. Durante o período pós-guerra, o espaço de dominância da igreja católica sobre o discurso de representação dos corpos vinha dando espaço ao discurso de mercado legitimado por uma lógica médica. As crenças que circundam o corpo tornam-se regras quando amplamente divulgadas e prescritas a todas/os.

“O tornar-se mãe” passou a ser incentivado, como se tratasse de algo natural – o instinto materno – e não como uma construção ideológica que determinava sem apelo a importância da mulher para o bem estar social. Ou seja, a única forma de manter o novo paradigma sobre a diferença dos sexos e a existência de um instinto sexual inerente a todo ser humano

foi fazendo das mulheres seres destinados a reprodução, uteis a sociedade no ofício de mãe e no casamento. (CECCARELLI, 2010, p. 19).

Com papéis delimitados desde o nascimento, a mulher da modernidade sempre esteve associada à reprodução do trabalho humano: de cuidado, de afeto, de alimentação, limpeza e atividades domésticas em geral. Tal estigma fora reproduzido fortemente durante a década de 1950, tendo seu declínio somente com o iniciar das lutas dos movimentos sociais e, principalmente, do movimento feminista, que busca a garantia de direitos da mulher, obtendo influências sociais mais fortes a partir da década de 1960 (GUBERNIKOF, 2009).

A inserção da mulher no mercado de trabalho fez com que a imagem dela fosse reformulada. A partir de então a mulher deixaria a posição de dependente de um homem, de passiva, e atuaria em um imaginário social de independência econômica. A possibilidade de ocupar os mesmos espaços ocupados por homens trouxe a possibilidade de extinção de uma hierarquia binária pautada em papéis de gênero desiguais. Mas a realidade enfrentada nos espaços que passaram a ser conquistados evidenciou que a independência não significava menor grau de hierarquização.

As mulheres, ocupando os cargos atribuídos aos homens, possuindo as mesmas formações escolares e universitárias, ainda ganham 27% menos que os homens, segundo a Organização Mundial do Trabalho. Isso se expressa também no cinema, desde o momento em que observamos a pequena quantidade de mulheres na direção de filmes até o momento em que percebemos os papéis exercidos por elas dentro das representações cinematográficas.

Desde o apogeu do "star system" de Hollywood entre 1918-1926, o papel das estrelas transcendeu a tela de cinema. "Continuam a anunciar produtos de higiene, cosméticos, concursos de beleza" (MORIN, 1989, p. XV). Mas a partir de 1949 há o aparecimento de dois arquétipos-síntese:

A antiga vamp, ao desagregar-se, liberou uma energia erótica que se distribuiu por todos os outros tipos de estrelas. A mulher chique desinibida, cantora de cabaré ou bailarina, de teatro de revista, já incorporava parte do sex-appeal da vamp. Paralelamente, a ex-vamp tornava-se, ela própria, uma mulher chique sob aparência provocante. Mas uma espécie de síntese da vamp, da amorosa e da virgem se processa no glamour para produzir a good-bad-girl. A good-bad-girl possui um sex-appeal igual ao da vamp, à medida que se apresenta como mulher impura: roupas leves, atitudes ousadas e carregadas de insinuações, subentendidos, relações suspeitas. Mas no fim do filme nos revelará que ela escondia todas as virtudes da virgem: alma pura, bondade inata, coração generoso. (MORIN, 1989, p. 15).

Esses arquétipos-sínteses elevam a relação espectador-espetáculo a processos psicoafetivos de projeção-identificação. Nesse cenário enquanto fenômeno, “as estrelas são seres ao mesmo tempo humanos e divinos”, e do ponto de vista sociológico, suscitam culto.

3 A MULHER A PARTIR DA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA E A CRISTALIZAÇÃO DE SUA IMAGEM

No início da produção cinematográfica, principalmente em território brasileiro, a expressiva quantidade da equipe de criação e direção dos filmes era composta por homens. Isso acarretou na construção de uma imagem da mulher nos meios de comunicação a partir do olhar do homem. Mas para entender como se dá a construção de tal olhar é necessário compreender as influências sobre a qual esse olhar encontra-se submetido.

A partir da modificação da estrutura de poder da sociedade e da apreensão da maior potência hierárquica, provedora de discursos, o sistema econômico vigente mundialmente propaga ideias acerca de tudo aquilo que é visto como produto na sociedade, criando ferramentas para legitimar seus discursos. A queda da supremacia dos discursos religiosos sobre a sexualidade deu espaço a instalação da lógica médica sobre o entendimento da sexualidade e dos corpos. O julgamento que advinha dos órgãos genitais passou a repousar sobre a supremacia do cérebro masculino sobre o feminino (CECCARELLI, 2010)

O posicionamento da mulher na base de uma estrutura hierárquica, que buscava deslegitimar sua participação em qualquer espaço que viesse a ocupar, demonstrava a figura de passividade a qual a mulher deveria obedecer. Segundo Kornis (2008), para que isso se desse sem a expressão de certo grau de rebeldia, os meios de comunicação de massa vieram como instrumentos de cristalização de padrões de comportamento e estereótipos a serem reproduzidos no convívio social. Compreende-se a produção cinematográfica como um desses meios de comunicação, que ultrapassam a simples obra de arte, causando uma revolução artística ao capturar não só uma representação de um lugar, objeto, indivíduos ou sociedade, mas toda uma cultura vivida naquele espaço, influenciando decisivamente sobre o modo de percepção e comportamento dos indivíduos em seu ambiente de convívio.

Podemos, então, entender os registros fílmicos, independente dos tipos que sejam, como fontes históricas, que nos permitem compreender como se apresentam e representam os indivíduos, em determinado momento, também sobre quais valores e ideais se respaldam, cabendo então à identificação do contexto sociocultural vivido naquele período, como ainda, a apreensão da noção dos padrões e estereótipos que se pretenderia criar a partir da reprodução desses aspectos por meio da cinematografia.

Assim, com base em Gubernikof (2009), é possível observar que as representações cinematográficas a partir da década de 1950 trazem em sua retratação a figura feminina, porém sempre em papéis de submissão, atribuindo-se uma imagem de fragilidade a essa que se encontrava em um contexto onde a dominância de poderes

pertencia aos homens. O único papel possível de ser desenvolvido e assim reproduzido era o de dona de casa, mãe e esposa. O passar do tempo permitiu uma reformulação na apresentação dessa mulher no cinema e até de sua possibilidade a ocupar determinados espaços que antes lhe eram negados, porém sua representação segue estabelecendo correspondência com aquilo que o imaginário masculino idealiza, por meio da fetichização da imagem da mulher construída por uma lógica mercadológica.

A partir da percepção disso foi possível compreender que as imagens expressas pela cinematografia devem ser lidas para além da estética que produzem, de modo a adentrar em todos os textos contidos em cada modo de linguagem nessa produção, para enxergar de maneira mais crítica o que eles querem nos dizer e não só o que está posto, já que as várias formas de linguagem e elementos estéticos que a produção cinematográfica utiliza faz dessa construção um agente capaz de alterar a realidade, de influenciar a cultura de uma sociedade, construindo-a ou cristalizando-a. Assim esse instrumento de comunicação permite a expressão de uma imagem do que quer ser mostrado acerca do que se viveu, capaz de controlar tudo que será reproduzido sobre um dado tempo e local (KORNIS, 1992).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo assim, graças a sua supremacia econômica e homogeneização cultural, os Estados Unidos se tornou o espelho de modelos culturais para o mundo. A modernização, portanto, fez-se um mito extremamente poderoso em um nível global, especialmente para países subdesenvolvidos como os da América Latina. E tal impacto não seria possível sem a globalização da indústria cultural, com especial foco para o cinema. Algo que permite a rápida difusão de padrões normativos comportamentais, devido ao seu alto índice de aceitação popular.

Na narrativa cinematográfica a mulher se faz peça chave. Apresentada inicialmente como frágil e sensível, posteriormente como independente financeiramente, atuante e dotada de sexualidade, a mulher encontrou-se presente nessas produções representativas sempre em uma posição hierárquica abaixo daquele que a observa, a produz e a reproduz nas telas. E se é representada como sujeito independente na indústria, ainda o é para servir necessidades do mercado.

A exceção à regra se encontra nas produções independentes, que trazem não só o protagonismo complexo na tela, como também por trás das câmeras. A representação da mulher tem espaço de igualdade àquele ocupado pelo homem em outras produções. Isso nos dá margem para perceber o avanço dos movimentos sociais frente à conquista de direitos. Além da necessidade em estabelecer a resistência na ocupação de espaços que são ocupados por lógicas hegemônicas.

SOBRE O TRABALHO

Artigo desenvolvido no âmbito de atividade de pesquisa requerida na disciplina Cultura Brasileira e Regional ofertada no Curso de Comunicação Social no segundo período.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: Entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

BERNARDET, J. **A mulher no filme dos anos 50**. O que é o cinema. São Paulo: Brasiliense, 1ª edição, 2009.

CECCARELLI, P.R.; SALES, A.C.T.C. A invenção da sexualidade. In **Reverso**, revista do círculo psicanalítico de Minas Gerais, ano XXXII, v.60, p.15-24, 2010.

GUBERNIKOF, G. A imagem: representação da mulher no cinema. UCS, **Conexão – Comunicação e Cultura**, Rio Grande do Sul, v.8, n.15, jan-jun. 2009

KORNIS, M.A. **História e cinema**: um debate metodológico. Rio de Janeiro: Estudos históricos, v.5, n.10, 1992. p.237-250.

KORNIS, M.A. **Cinema, televisão e história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

MORIN, Edgar. **As estrelas- mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

LEITE, S.F. **Cinema brasileiro**: das origens à retomada. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005. (Coleção História do Povo Brasileiro)

SANTOS, C.L.M. O cinema como fenômeno social: reflexões sobre a relação arte-indústria do entretenimento. **Educação, Gestão e Sociedade**: revista da Faculdade Eça de Queiros, 2011. p.2179-9636.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. Trad. Mauro Silva. São Paulo: Summus, 1997.

Data do recebimento: 6 de setembro de 2017

Data da avaliação: 20 de setembro de 2017

Data de aceite: 3 de Outubro de 2017

1 Acadêmico de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda. Centro Universitário Tiradentes-UNIT/AL. E-mail: leonardo.n.amorim@gmail.com

2 Acadêmica de Psicologia. Centro Universitário Tiradentes-UNIT/AL. E-mail: jesanabpereira@gmail.com

3 Acadêmica de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda. Centro Universitário Tiradentes-UNIT/AL. E-mail: jesanabpereira@gmail.com

4 Acadêmica de Psicologia. Centro Universitário Tiradentes-UNIT/AL. E-mail: jesanabpereira@gmail.com

5 Acadêmica de Psicologia. Centro Universitário Tiradentes-UNIT/AL. E-mail: jesanabpereira@gmail.com

6 Doutora; Professora do Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Tecnologias e Políticas Públicas – UNIT/AL. E-mail: jesanabatista@uol.com.br

