
Recepção no audiovisual: percepções de gênero pelos jovens de duas escolas públicas de Frederico Westphalen-RS¹

Letícia STASIAK²

Rafael FOLETTTO³

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

A mídia produz um discurso que contribui, muitas vezes, para a transformação das relações sociais e a representação das mulheres nesse meio aparece de forma desigual. Desse modo, buscamos abordar como as questões de gênero são vistas na produção audiovisual, pelos e pelas adolescentes de duas escolas públicas de Frederico Westphalen, uma da periferia e outra do centro e entender se percebem e como as desigualdades de gênero. Para isso, são trazidos conceitos de educomunicação de Ismar Soares (2011), de cidadania da Cicilia Peruzzo (2006), de linguagem audiovisual de Jean Lyotard (2004) e sobre gênero com Montserrat Moreno (1999). A metodologia utilizada foi um estudo de recepção, com a aplicação de um questionário semiestruturado e uma vídeo/conversa. O resultado demonstrou que em ambas as escolas percebem as diferenças de gênero no audiovisual, contudo, com pontos de vista diferentes.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; Gênero; Audiovisual; Recepção; Cidadania.

INTRODUÇÃO

A televisão é uma das mídias que tem maior poder de acesso às pessoas e se utiliza da linguagem audiovisual para mediar e realizar uma troca de valores simbólicos com a sociedade. O seu discurso contribui, na maioria das vezes, para a perpetuação ou transformação das relações sociais, à medida que o contexto social incide na maneira como o conteúdo veiculado é recebido, interpretado e valorizado.

As relações de gênero são um dos assuntos refletidos diretamente por essa problemática, tendo em vista o modo como são abordadas nos produtos audiovisuais. Sabrina Cruz (2008) contextualiza que a representação das mulheres, em específico, é

¹ Trabalho apresentado na IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW). Estudante do 1º semestre de Relações Públicas Bacharelado pela mesma instituição. E-mail: leti_stasiak@hotmail.com.

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen (UFSM-FW). E-mail: rafoletto@gmail.com

colocada de forma desigual no meio audiovisual e é a partir da abordagem de gênero que será possível discutir a construção do masculino e do feminino.

Essas questões são muito pertinentes principalmente em cidades interioranas como Frederico Westphalen, local em que esta pesquisa foi aplicada e desenvolvida. Isso porque há um contraste muito grande entre o centro e a periferia da cidade. Desse modo, ao levar essa problemática para o ambiente da educação a pesquisa analisou como as questões de gênero são vistas na produção audiovisual, pelos e pelas adolescentes de diferentes escolas públicas de Frederico Westphalen.

Enquanto procedimento metodológico, fizemos uso das técnicas de aplicação de questionário semiestruturado e vídeo/conversa com os e as estudantes de uma escola localizada no centro da cidade e outra na periferia, pensando em problematizar como esse público percebe as desigualdades de gênero nas produções e, principalmente, se as percebem.

Para a análise dos dados coletados foram utilizados os estudos de recepção, que segundo Maria Immacolata Lopes, Silvia Borelli e Vera Resende (2002, p. 39), “entram nessa linha das mediações como uma perspectiva de investigação”. Da mesma forma, usamos teorias sobre a linguagem audiovisual do autor Jean Lyotard (2004), bem como definições sobre as relações de gênero que, segundo Montserrat Moreno (1999), são construídas a partir de determinados modelos que a sociedade nos oferece e tudo o que fazemos, como nos comportamos, a forma que pensamos, falamos e sonhamos, sofrem influência da imagem que temos de nós mesmos. Além disso, Ismar Soares (2000) traz os conceitos de educomunicação, a fim de entendermos como os produtos comunicacionais estão inseridos no meio educacional e como são utilizados pelos educadores e educadoras que se interligam com os conceitos de cidadania da autora Cicilia Peruzzo (2006).

Este trabalho teve como objetivo geral apontar como as distinções entre gênero feminino e masculino são apresentadas em produtos audiovisuais e a forma como adolescentes de diferentes escolas absorvem esse conteúdo. Para tanto, estruturamos o trabalho em cinco tópicos, em que os três primeiros apresentam as teorias com as quais dialogamos, tratando das temáticas da educomunicação, do audiovisual e do gênero. O quarto é composto pela metodologia empregada na pesquisa e, por fim, o quinto aborda a análise dos dados obtidos.

1. AUDIOVISUAL E ESTUDOS DE RECEPÇÃO: CONHECENDO OS SUJEITOS

O avanço da tecnologia e a multiplicação das técnicas e meios de expressão, principalmente no ambiente digital de comunicação, abrem diferentes caminhos para a reprodução da notícia e conteúdos diversos. Com o desenvolvimento do cinema, da televisão e do vídeo foi necessário uma definição que pudesse agregar todos esses elementos. Dessa forma, o termo audiovisual surge para facilitar a comunicação e a interpretação dos acontecimentos por meio de imagens e discursos.

Em meio aos avanços da tecnologia é possível perceber que vivemos um período em que muitas pessoas têm acesso a produtos audiovisuais. Da mesma forma, as ideias dos indivíduos e os seus posicionamentos encontram, muitas vezes, uma concretude quando apresentados pelos veículos de comunicação.

A televisão ainda é o principal meio de reprodução dos produtos audiovisuais, aquela que segue presente nas casas da maioria das pessoas. Esta, quando chegou ao Brasil nos anos 1950, não se utilizava de linguagens ou gêneros para a sua definição, a única coisa que se fazia era “‘rádio televisionado’, transpondo a programação do rádio para o vídeo”. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 43).

Depois de sessenta anos, a televisão consolidou-se como o principal meio de comunicação do país. Os resultados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realizada em 2006 mostram que há, pelo menos, um aparelho de televisão em cada lar brasileiro, ou seja, 99,9% da população nacional têm uma televisão.

No Brasil ela nasceu como empresa privada e hoje é regida pelas leis do mercado publicitário, isso quer dizer, as emissoras se sustentam com a venda de espaços comerciais. Dessa forma, os produtos televisivos estão interligados a isso e são colocados na programação de forma a torná-los capazes de despertar o interesse e conquistar o telespectador. Tudo se trata de um negócio disputado que depende da audiência. (DUARTE, 2014, p. 3).

Em meio a isso, grandes emissoras detém o monopólio da comunicação no país e a consequência disso é que o público se torna cada vez mais vulnerável e suscetível a comandos de poderes maiores dentro das emissoras que, na maioria das vezes, ditam o que veicular por meio de patrocínios e interesses próprios.

Diante desse contexto é possível entender que a TV e os produtos audiovisuais ocupam um lugar fundamental nas práticas culturais contemporâneas, “atuando como um mediador privilegiado sobre os modos de apreensão do sensível, fruição artística, entretenimento, etc., na contemporaneidade” (OLIVEIRA, 2011, p. 106). Por isso, analisar a linguagem e o modo como são apresentados é imprescindível para entender como atuam e constroem o pensamento crítico em diferentes contextos sociais e culturais.

Para tanto, pensar na comunicação e em suas abordagens metodológicas é incluir diferentes tipos de mediações, visto que, segundo Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 39), “todo o processo de comunicação é articulado a partir das mediações”. Por isso, os estudos de recepção entram nessa linha como uma “perspectiva de investigação que, trata-se de uma tentativa de superação dos impasses que tem nos levado a investigação fragmentada”. (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 39).

Durante um longo período na história da comunicação, os espectadores eram considerados meros receptores passivos de informação, sem uma percepção crítica e “vistos como subproduto da esfera da produção” (OROFINO, 2015, p. 370). Contudo, eram detentores e detentoras de uma vida social complexa e capaz de participar e intervir no consumo midiático, por isso, a recepção se insere nos estudos da comunicação para explicar as audiências, principalmente na televisão.

A partir dos anos 1980 seu principal foco passa a ser o consumo que, segundo Veneza Ronsini (2010, p. 4) se entende “como o conjunto dos processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos de produtos midiáticos”. Para isso, é preciso um deslocamento da análise do meio de comunicação para onde o sentido é produzido, ou seja, nos usos sociais, as mediações culturais da mesma. É importante que se entenda realmente o papel das mediações nesse processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, pois o receptor, além de um decodificador, passa a ser também um produtor.

Em meio a isso, percebe-se o avanço nos estudos de recepção ao longo dos últimos vinte anos. Entretanto, pesquisas em relação às crianças e adolescentes são pouco realizadas. “No campo de estudos sobre infância e meios de comunicação, ainda prevalece a visão hegemônica da mídia todo poderosa e da criança universal, vítima frágil, leitor incompetente, sujeito manipulável, sem questionamento, corpo dócil e indefeso”. (OROFINO, 2015, p. 371).

De acordo com Maria Isabel Orofino (2015, p. 377), “a pesquisa de recepção busca localizar os modos como às audiências se apropriam dos conteúdos da mídia, ressignificando-os a partir do seu contexto”. Esse é o principal objetivo deste trabalho, utilizar os estudos de recepção para entender como os e as jovens entendem os conteúdos midiáticos, como absorvem e fazem a crítica a tudo o que lhes é mostrado e, principalmente, como isso é trabalhado no ambiente escolar.

Com base nisso, no próximo tópico trabalharemos como a educomunicação e os conceitos de cidadania estão inseridos no contexto escolar e como podem auxiliar na análise dos produtos midiáticos e da sua interpretação.

2. EDUCOMUNICAÇÃO: INTERDISCURSIVIDADE A FAVOR DO APRENDIZADO

Comunicação e educação já tiveram uma relação de divergência. Hoje, alguns autores que defendem a integração das duas áreas afirmam que o mais construtor dessa relação seria a interdiscursividade, ou seja, o diálogo com outros discursos, pois acreditam que as ciências humanas e sociais estão cada vez mais incorporadas ao campo da comunicação, constituindo-o.

Nesse sentido, Mario Kaplún utilizava, a partir dos anos oitenta, o termo “educ comunicador” para nomear aquele comunicador que atuava nas práticas de comunicação alternativa na América Latina. O autor se destacou no estudo da educomunicação porque, além de identificar o problema, apontou soluções e utilizou-se de programas que focavam os reais interesses sociais para responder à programação alienadora presente nas rádios daquela época.

Para Ismar Soares (2000, p. 20) a educomunicação “não se trata, pois, de educar usando o instrumento da comunicação, mas que a própria comunicação se converta no eixo vertebrador dos processos educativos”. Este campo permite um diálogo entre as partes do sistema social que são o professor *versus* aluno e escola *versus* sociedade. Desse modo, a educomunicação tem relação direta com as bases sociais e culturais e, além de fazer uma “leitura crítica” das mensagens midiáticas, também desenvolve ações que compõem o campo da inter-relação comunicação e educação.

O conceito de educomunicação institui um conjunto de práticas voltadas para a formação de espaços educativos, mediados por

processos tecnológicos da informação, e tem como objetivo ampliar formas de expressão dos membros das comunidades bem como a melhoria do nível comunicativo das ações educativas, tendo como meta o pleno desenvolvimento da cidadania. (JOSÉ FREITAS, 2015, p. 159).

Para Ismar de Oliveira Soares (2000), a única solução possível é trazer a mídia para a escola, tornando-a uma articuladora do discurso e desenvolvendo nos e nas estudantes a capacidade de fazer a leitura crítica dos meios. Diante disso, constata-se que todas as iniciativas que visem essa meta são de imensa importância para a construção da cidadania nas pessoas que nelas se envolvem e que podem experimentar o direito a comunicar-se efetivamente, recebendo e produzindo informações.

Segundo Cicilia Peruzzo (2006), a comunicação é um direito fundamental para a cidadania de qualquer pessoa e se torna ainda mais importante quando se insere na construção da identidade e na conscientização política da juventude. A ideia de levar a comunicação aos espaços de educação surge pela necessidade de se formar pessoas que possam participar de forma ativa das iniciativas de transformação da sociedade e, para que se tenha uma cidadania ativa é preciso ter cidadãos e cidadãs bem informados e aptos tanto a ler criticamente como a gerar informações.

É cada vez mais visível que o conceito de cidadania se apresenta de uma forma relevante no contexto da comunicação e educação, visto que hoje é cada vez mais necessário pensar em escolas que abram espaços de discussões que auxiliem na criação do senso crítico e contribuam à formação de cidadãos e cidadãs autônomos e capazes de proporem soluções à sociedade em que vivem.

As práticas educomunicacionais são um fomento ao exercício de cidadania e cabe à escola, em todos os níveis e em todos os aspectos de trabalho desenvolvidos, levar como preocupação maior a compreensão de conceitos tanto de comunicação, quanto de educação e cidadania e a aplicação deles no ambiente escolar, visto que, na maioria das vezes, não surge de maneira espontânea.

A resistência às mudanças nos processos de relacionamento nos ambientes educativos ainda é o principal obstáculo encontrado sobre esse assunto, principalmente pelo fato de o modelo de comunicação vigente priorizar a perspectiva vertical na relação entre emissor e receptor. Por isso, avançar o debate sobre o papel dos meios de comunicação na sociedade e trazer a análise dos seus comportamentos para o ambiente escolar e para o exercício da cidadania é o principal objetivo em utilizar os estudos de

educomunicação. Desse modo, a partir de um produto audiovisual é possível fazer os e as estudantes problematizarem e entenderem a relevância do olhar crítico aos meios/mídias e como as relações de gênero são apresentadas nos mesmos.

3. DIFERENÇAS DE GÊNERO E IMPLICAÇÕES NAS ESCOLAS

O conceito de gênero surge após muitos anos de luta feminista e, também, da explicação das diversas opressões sofridas pelas mulheres, visto que “o papel do homem e da mulher é constituído culturalmente e muda conforme a sociedade e o tempo”. (CABRAL; DIAZ, 1998, p. 142). Além disso, esses autores afirmam que, “gênero refere-se às relações sociais desiguais de poder entre homens e mulheres que são o resultado de uma construção social do papel do homem e da mulher a partir das diferenças sexuais”. (CABRAL; DIAZ, 1998, p. 142).

Ao longo do tempo, diferentes funções foram atribuídas aos homens e às mulheres. Contudo, apesar de saber que essas atribuições poderiam ser equivocadas, percebe-se que, muitas vezes, há certa repressão para definir as características relacionando o sexo ao gênero correspondente.

Desde o princípio, crianças e adolescentes ingressam na escola conhecendo sua identidade sexual e qual seu papel, mesmo que não tenham o total entendimento sobre o assunto. A escola colaborará nesse processo para que os significados de menino e menina sejam entendidos. Contudo, ela nem sempre o fará de maneira objetiva e aberta. (MORENO, 1999). Isso aparece diretamente nos processos educacionais, visto que se as condutas consideradas masculinas e femininas fossem espontâneas e naturais, não seria necessário educar tão cuidadosamente meninos e meninas sobre esses aspectos.

A imagem da mulher e do homem que se passa aos alunos por meio dos conteúdos do ensino contribui intensamente para formar seu eu social, seus padrões diferenciais de comportamento, o modelo com o qual devem identificar-se para ser “mais mulher” ou “mais homem” e, informá-los, por sua vez, da diferente valoração que nossa sociedade atribui aos indivíduos de cada sexo. (MORENO, 1999, p. 35-36).

Dessa forma, é possível compreender que incorporar gênero na escola é a possibilidade de ampliar o debate, reconhecer que existem relações desiguais entre homens e mulheres e com isso tornar possível a reflexão e a garantia de ações mais

efetivas da desconstrução de ideias no imaginário de muitas pessoas, para que assim também seja possível a construção de novas relações.

A televisão desempenha um papel muito grande nesse contexto, à medida que é um dos principais meios que disseminam a cultura desigual com grande parte dos programas apresentando homens e mulheres também de forma desigual. Diante disso, Moreno (1999), propõe que, para que haja a dissipação das diferenças de gênero, principalmente dentro da escola, é preciso que os professores e professoras analisem com os e as estudantes que papéis a sociedade atribui a cada sexo. A maneira que ela sugere de fazer isso é estudando os modelos que a televisão, as animações e os desenhos apresentam homens e mulheres e desse modo seria possível identificar a limitação que é imposta a cada pessoa no momento em que tem que se submeter aos estereótipos criados pela sociedade.

Por isso, o aprofundamento desses temas é de total relevância porque precisam ser discutidos, especialmente no ambiente escolar, no qual acontece a formação psicossocial. Compreender o que é gênero e as suas diferenças é uma forma de lutar contra a própria desigualdade e contra as opressões sofridas pelas mulheres, tanto no ambiente escolar, como no trabalho, na política e nas mídias. É preciso repensar como os homens e as mulheres são apresentadas pelas mídias, como os produtos audiovisuais as representam e como a história e a educação apresentam isso aos jovens.

4. ABORDAGENS MULTIMETODOLÓGICAS PARA ENTENDER AS MEDIAÇÕES NO AMBIENTE ESCOLAR

A pesquisa foi realizada em duas escolas públicas em Frederico Westphalen, localizada no norte do estado do Rio Grande do Sul, uma em um bairro periférico da cidade e outra no centro. Para a concretização do trabalho foram utilizados diferentes elementos a fim de investigar e entender os sujeitos da pesquisa. Na dimensão escolar, foram apresentados o perfil e a realidade social das escolas abordadas, por meio de uma pesquisa documental.

A investigação foi realizada com 10 estudantes de cada escola, um menino e uma menina de cada turma, do quinto até o nono ano do ensino fundamental, contemplando adolescentes de 10 a 16 anos, moradores da periferia e do centro da cidade. As técnicas de pesquisa utilizadas foram à aplicação de um questionário

semiestruturado e uma vídeo/conversa, considerada um “procedimento técnico metodológico que permite registrar apropriações a partir das interações de cada indivíduo com os fragmentos do vídeo” (FOLETTTO, 2014, p. 1).

Foram aplicados dois modelos de questionário, ambos elaborados e tabulados no programa Sphinx⁴. Um questionário inicial foi entregue antes da apresentação do vídeo, com questões referentes ao perfil socioeconômico, nível educacional e consumo midiático. Depois da aplicação, foi apresentado um produto audiovisual como forma de exemplificar aos e as jovens a maneira como as relações de gênero são apresentadas nesse meio e, após isso, foi realizado o estudo de recepção, que foi acompanhar as reações e os comentários durante a apresentação do vídeo e conversar sobre algumas cenas, o que mais chamou atenção, trazer o recorte aos seus ambientes de vivência e entender melhor como interpretaram as cenas e o conteúdo que foi passado.

O produto audiovisual apresentado foi o episódio da Luluzinha “Bela Lulu” que traz diversas relações de desigualdade entre meninos e meninas, que faz Luluzinha mudar completamente seu visual para agradar a opinião dos meninos, mas que no final, ela chega à conclusão de que gosta de ser como é e não quer mudar pela opinião de outras pessoas. Explicada a metodologia utilizada apresentamos, no tópico a seguir, o perfil de cada escola trabalhada, a fim de entender suas principais características e também os seus públicos.

5. A QUESTÃO DE GÊNERO NAS FALAS DOS JOVENS DE FREDERICO WESTPHALEN

A aplicação do questionário inicial permitiu traçar o perfil dos e das estudantes de cada escola. As questões foram baseadas em perguntas sobre o bairro no qual residem, a renda mensal da família, as mídias que mais consomem, onde mais acessam essas mídias, por quais dispositivos têm acesso a essas mídias, se sentem-se representados ou representadas pelos meios de comunicação e que atividade realizam no tempo livre.

Após isso foi apresentado o vídeo escolhido e, em seguida, aplicado o segundo questionário, que continha 16 perguntas de respostas abertas e fechadas, relacionadas a gênero e a algumas situações do vídeo. Algumas das perguntas eram destinadas a saber

⁴ Ferramenta para análise de dados quantitativos e qualitativos.

o que significava gênero para eles e elas, elencando possíveis respostas como machismo, masculino e feminino, igualdade, sexualidade, etc. Além de perguntas sobre como se sentiram diante do vídeo, se perceberam as relações desiguais entre meninos e meninas e alguma avaliação de como consideraram as atitudes tanto dos meninos quanto da Luluzinha e quais as reações que concordaram ou discordaram sobre o vídeo.

As respostas do primeiro questionário possibilitaram perceber que, tanto na escola do centro quanto na da periferia, as mídias que os e as jovens mais consomem são a televisão e a internet e que este consumo é feito em suas casas. Sobre o questionamento por meio de quais dispositivos tem mais acesso, a escola do centro teve 90% de acesso pelo celular e a da periferia 60%, além de afirmarem também fazer o acesso pelo computador, TV e Tablet. Estes resultados indicam que eles e elas assistem televisão não apenas pelo aparelho convencional e, também, que o lugar onde residem não modifica a maneira de acessar e consumir as mídias, que são feitos em diferentes espaços e dispositivos.

Por meio das respostas do segundo questionário foi possível concluir o principal objetivo do trabalho e ver que sim, os e as jovens percebem as desigualdades de gênero nas produções audiovisuais, contudo, expressam isso de maneiras diferentes em cada escola.

Na escola do centro, todas as respostas em relação às atitudes de desigualdade e opressão sofridas por Luluzinha tiveram posicionamentos voltados ao poder, ao comportamento, atitudes e bem-estar dos meninos. Já na escola da periferia, a maioria dos posicionamentos e da compreensão das atitudes eram voltadas ao bem-estar da Luluzinha, em como ela se sentiu em relação à atitude machista dos meninos e, especialmente, na dificuldade em vê-la triste por ter mudado de visual e personalidade para agradar os meninos.

Algo que destacamos é que os e as estudantes da escola do centro demonstraram o sentimento de revolta por meio da possibilidade de respostas abertas. Notamos que isso se deu pelo modo como a Luluzinha, logo no início do vídeo, comparou o cérebro de um menino com o de uma menina - o das meninas era cheio de matemática, física, esportes e astronomia e, o dos meninos era só futebol – e muitos não concordaram com a definição. A principal revolta aconteceu com a pergunta sobre a briga entre os meninos pela atenção da Luluzinha, em que a maioria considerou desnecessária a atitude dos meninos.

Os e as estudantes da escola da periferia também expressaram esse descontentamento, contudo, as respostas foram voltadas a atitude da Luluzinha, em que os meninos estavam errados em brigar, por exemplo, porque eles só achavam ela bonita fisicamente e não internamente.

Sobre os questionamentos de algo que os e as estudantes tenham concordado ou discordado das partes do vídeo, a escola do centro teve mais partes que “concordou” do que “discordou”. Além disso, as principais respostas foram voltadas às atitudes dos meninos, que não concordaram com a briga deles pela atenção da Luluzinha e não aceitaram a definição do cérebro dos meninos. Contudo, concordaram com a atitude da Luluzinha em não mudar seu visual pela opinião alheia e, também, concordaram que existiam situações de machismo no vídeo.

Na escola da periferia, os e as estudantes expressaram mais discordâncias no vídeo. A maioria das respostas negativas foram relacionadas ao comportamento considerado errado dos meninos por parte da Luluzinha, em que eles falaram mal dela e a consideraram feia e, também, porque ela resolveu mudar o visual em virtude disso.

As partes que concordaram diziam respeito ao momento em que Luluzinha voltou a ser ela mesma, quando na primeira parte ela explica como os meninos e meninas se comportam no dia a dia e com a afirmação de que o cérebro das meninas está sempre ocupado.

Diante disso, o que percebemos em meio à análise é que o produto audiovisual apresentado possuía muitos casos de desigualdade de gênero e que todos e todas as visualizaram e as compreenderam. Além disso, a percepção de que os produtos audiovisuais são importantes nessa desconstrução estão presentes na rotina diária de cada um e cada uma e por meio da apresentação e problematização da linguagem do vídeo os e as estudantes puderam perceber essas problemáticas.

Os sujeitos, por mais que não tenham contato com os estudos de gênero dentro da sala de aula, expressaram, por meio da vídeo/conversa, as relações de desigualdade que percebem no dia a dia, principalmente nos produtos audiovisuais. Tiveram diferentes posicionamentos e entendimentos sobre o que é gênero. No entanto, ao serem questionados sobre algumas situações pertinentes sobre as diferenças de tratamento e comportamento entre meninos e meninas, a grande maioria percebeu que há desigualdades, fato que efetiva a principal proposta da pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou analisar como as questões de gênero são vistas na produção audiovisual, pelos e pelas adolescentes de uma escola do centro e uma da periferia de Frederico Westphalen-RS e, ainda, se eles e elas percebem as desigualdades de gênero nas produções e, principalmente, como as percebem. Diante disso, os resultados da análise demonstraram que, tanto na escola do centro quanto na da periferia, os e as estudantes percebem as desigualdades de gênero presentes nos produtos audiovisuais, demonstrando assim que tem conhecimento sobre o que é gênero, mesmo que se comprove também que estas questões sejam pouco ou quase nada trabalhadas dentro das escolas em que estudam.

Por meio dos questionários e da conversa após a aplicação do vídeo foi possível perceber uma diferença no pensamento e na colocação das distinções de gêneros pelos sujeitos. Na escola do centro, as desigualdades foram percebidas, contudo, as respostas se caracterizaram por falas relacionadas a uma percepção mais machista, do comportamento e dos sentimentos dos meninos, ou seja, do opressor. Já na escola da periferia, a postura tinha um cunho mais voltado para o feminino, uma percepção de como a menina é vista pela sociedade e como ela é forte e predominou a visão da figura do oprimido, ou seja, da menina.

Depois da tabulação e análise das respostas, constatou-se que, tanto na escola do centro como na da periferia não se trabalha questões relacionadas a gênero e que isso, não depende da renda e nem do local onde as escolas estão localizadas. O que se pode afirmar e que, inclusive, os próprios estudantes colocaram é que esta visão é errada e culturalmente instituída na sociedade e muitas vezes imposta pelos veículos de comunicação, de que as pessoas que residem em lugares periféricos possuem uma educação inferior aos que residem em locais centrais. Por meio da pesquisa, pudemos constatar que não, que isso é indiferente.

Desse modo, levando em consideração esses aspectos, percebemos que o contato sobre o tema de gênero ainda é muito restrito e não se dá de uma forma aberta dentro dos espaços educacionais, nas escolas observadas. Isso implica diretamente no comportamento dos e das estudantes, tanto dentro das escolas, como fora delas, por entender que a sociedade e, principalmente, a mídia, desempenham um papel fundamental no posicionamento e pensamento crítico de cada em relação às questões.

Por isso, é imprescindível que todos e todas façam a reflexão sobre como a mídia e suas produções audiovisuais apresentam o gênero feminino e o masculino e, mais do que isso, entendam a importância de se levar esses estudos até as escolas, de instigar o pensamento crítico nos e nas jovens, o desenvolvimento da cidadania e a utilização da comunicação à disseminação de informações e conteúdos dos seus cotidianos.

REFERÊNCIAS

CABRAL, Francisco; DÍAZ, Margarita. **Relações de gênero**. In: Cadernos afetividade e sexualidade na educação: um novo olhar. Belo Horizonte: Gráfica e Editora Rona Ltda, 1998.

CRUZ, Sabrina Uzêda da. **A representação da mulher na mídia**: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja. IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Faculdade de Comunicação, Salvador, 2008.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Reflexões**: os sentidos sociais da programação. In: XXIII Encontro Anual da Compós. Universidade Federal do Pará, 2014.

FOLETTI, Rafael. Presidentes de Latinoamérica: investigando as interações de estudantes universitários com a série de documentários. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. E-compós, Brasília, 2014.

FREITAS, José Vicente. **Educomunicação**: contextualizando o processo de atribuição de sentidos e significados no delineamento do conceito. Revbea: São Paulo, 2015.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD)**. 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2006/>> Acesso em 12 out. 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha Summus. **Vivendo com a Telenovela**: Mediações, Recepção, Feleticcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LYOTARD, Jean François. **A Condição pós-moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MORENO, Montserrat. **Como se ensina a ser menina:** o sexismo na escola. Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1999.

OLIVEIRA, Rodrigo Bomfim; ALBUQUERQUE, Eliana Cristina Paula Tenório de. **Hibridismo das linguagens audiovisuais:** observações sobre o cinema e o vídeo em interface com as culturas contemporâneas. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 13, n. 13, 2011.

OROFINO, Maria Isabel. O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 2015.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação como Direito.** In: IV Encontro Regional de Comunicação, 2006, Juiz de Fora. Palestra. Juiz de Fora: 2006.

RONSINI, Veneza V. Mayora **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero1 (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação:** um campo de mediações. Comunicação e Educação, São Paulo, 2000.