

Produção cinematográfica no século XXI: A imagem da mulher na percepção de estudantes universitárias brasileiras.

Áurea Regina Guimarães Tomasi, Wânia Maria de Araújo y Marcela Dias Christo Aleixo.

Cita:

Áurea Regina Guimarães Tomasi, Wânia Maria de Araújo y Marcela Dias Christo Aleixo (2019). *Produção cinematográfica no século XXI: A imagem da mulher na percepção de estudantes universitárias brasileiras*. XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Lima.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-030/235>



Produção cinematográfica no século XXI: A imagem da mulher na percepção de estudantes universitárias brasileiras

Áurea Regina Guimarães Tomasi
Wânia Maria de Araújo
Marcela Dias Christo Aleixo

Resumo

Este relato apresenta a continuidade de uma pesquisa que trata da imagem da mulher na produção cinematográfica no século XXI. Na primeira etapa foram discutidos e estabelecidos alguns critérios para identificar em dezenas de filmes se a mulher é vista como protagonista de sua própria vida ou se é submissa à projetos de vida dos outros. Considera-se a linguagem cinematográfica como um instrumento de socialização capaz de exercer um papel significativo na disseminação de valores. E por tratar de aspectos sociais, culturais e políticos o cinema pode trazer à reflexão e a discussão elementos que servem à crítica, à educação e a formação de indivíduos e futuros profissionais. Assim, nessa segunda etapa o foco foi na imagem da mulher veiculada pelo cinema, mas para apreender como ela é percebida por estudantes universitárias. Assim, com base em alguns estudos mais recentes que discutem sobre o estereótipo, em geral divulgado pela indústria cinematográfica, de uma mulher frágil e submissa, buscou-se identificar qual a percepção de estudantes universitárias sobre a imagem da mulher no cinema. Foram elaboradas cerca de 40 frases sobre este tema e 247 estudantes de cursos de graduação de Pedagogia, Cinema, Moda, Serviço Social e Psicologia se posicionaram em relação a elas. Possibilitou-se, com este estudo, uma reflexão capaz de contribuir para questionamentos e mudanças de valores e atitudes em especial entre as mulheres, no meio universitário e no futuro exercício das suas profissões.

Palavras chave

Cinema. Imagem da mulher. Estudantes universitárias. Protagonismo. Prática cultural cinematográfica.

Introdução

O cinema tem sido cada vez mais expandido, ainda que a forma de sua veiculação esteja sendo modificada em especial com a internet. Além desse aspecto quantitativo, é preciso considerar a importância desse meio de comunicação como prática cultural que contribui para a formação e propagação de ideias e valores na nossa sociedade.



As pessoas procuram o cinema para o entretenimento, mas ainda que não queiram ou intencionem são tocadas por mensagens sejam explícitas ou subliminares. Mesmo os filmes de muita ação ou aventura e que não têm como proposta fazer pensar veiculam ideias e constituem importante instrumento de formação de opinião que por sua vez pode influenciar atitudes e comportamentos.

Nesse contexto é preocupante a imagem que o cinema desde sua criação tem veiculado sobre as mulheres. Alguns estudos como os de Almeida (2013), Duarte (2009) Galetti (2012), Gubernikoff (2009;2016), Lopes (2007); Lopes e Teixeira (2008), Machado (2006) e Nagib (2012), dentre outros, já demonstraram como o cinema tem contribuído para uma construção de uma imagem da mulher impregnada de aspectos negativos e inferiores ao homem. Ela é muitas vezes vista como frágil, sedutora, perigosa, incapaz, consumista e submissa e poucas vezes como corajosa, independente, autônoma, inteligente e protagonista de sua vida.

Entretanto, parece que nos últimos anos, em decorrência da luta pelos direitos e por uma maior igualdade, isso tem se refletido também no cinema, inclusive com o aumento de mulheres atrás das câmaras como cineastas, produtoras ou realizadoras. Procurou-se em uma primeira etapa dessa pesquisa, realizar um levantamento bibliográfico e uma breve discussão sobre a importância do cinema e da construção social da imagem da mulher na nossa sociedade. Em uma segunda etapa foram retomados alguns critérios que se opõem à essa imagem predominante e identificados filmes que buscam romper com esses valores mostrando uma mulher com mais poder e protagonista de sua vida, no sentido de alguém que busca ter controle da sua própria história incluindo situações que extrapolam sua vida íntima e particular como em lutas políticas, movimentos sociais e questões que tocam a sociedade de forma mais ampla.

Finalmente, com base nesses pressupostos relacionados à imagem da mulher veiculada na produção cinematográfica do século XXI, na terceira etapa da pesquisa aqui apresentada foram elaboradas algumas afirmativas sobre a imagem da mulher no cinema e submetidas à apreciação de estudantes universitárias de cinco diferentes cursos de graduação. Assim buscou-se com este estudo, contribuir para provocar uma reflexão e um olhar mais crítico sobre a imagem da mulher disseminada na produção cinematográfica, em geral, contribuindo para um questionamento e talvez mudanças de valores e atitudes.



Problema e justificativa

Embora as mulheres tenham lutado ao longo da história pelos seus direitos e conquistado um maior espaço na sociedade, ocupando lugares que antes não lhes eram permitidos e, principalmente, provocando mudanças em suas práticas cotidianas, muito ainda precisa ser conquistado. Nesse contexto o cinema constitui mais um instrumento, que ao lado de vários outros, pode servir para avançar ou recuar essa luta e essas conquistas. O cinema constitui assim, um componente fundamental para o fortalecimento da cidadania. Hoje com a ampliação do acesso à internet, o cinema chegou às casas e aos celulares sendo possível ver filmes sem se deslocar.

Nesse contexto o cinema passa a ser um veículo de maior poder de socialização que pode reforçar preconceitos e a submissão das mulheres ou fortalecer a cidadania feminina por meio da veiculação de uma arte com uma concepção fundada em maior criticidade e comprometida com um questionamento para uma mudança dos papéis sexuais na sociedade e do lugar da mulher de uma posição de submissão para uma posição de protagonista não apenas da sua própria vida, mas na sociedade de uma forma geral. O problema se coloca, portanto no poder da mídia visual, em especial o cinema veiculado nas salas de projeção ou por meio da internet ou da televisão, que dissemina, inculca e reforça em grande medida valores que discriminam e colocam a mulher em um lugar de inferioridade e submissão.

Ainda que o cinema seja procurado principalmente para o entretenimento, a linguagem cinematográfica tem uma capacidade bastante significativa de socialização e de divulgação de ideias. O cinema oferece a possibilidade de formar opiniões e incutir valores e pode servir para a formação humana e cidadã na medida em que trata de aspectos, sociais, culturais e políticos. O cinema além disso, pode trazer à reflexão e a discussão elementos ao mesmo tempo universais e particulares compreendendo uma diversidade, que favoreça um pensamento crítico e questionador para a educação e a formação dos indivíduos. Portanto, é preciso que se conheça quais valores ele tem repassado, seja de forma explícita ou subliminar.

Analisar qual a imagem de mulher que as produções cinematográficas têm divulgado e incutido nos espectadores se faz pertinente pela importância de se provocar uma reflexão em torno das lutas e conquistas femininas e assim atingir o público que ao



consumir as produções da “sétima arte” possam ampliar seu repertório cultural e construir novas percepções e interpretações da realidade.

Essa pesquisa se justifica também no sentido de dar continuidade a outras pesquisas anteriores nas quais foi investigada a prática cultural cinematográfica de estudantes de Pedagogia e a imagem da mulher na produção cinematográfica do século XXI identificando seu papel de protagonismo ou de submissão. Acredita-se que o resultado desse estudo possa contribuir diretamente para a formação de estudantes universitárias, como cidadãs e também como formadoras de opinião em suas futuras atuações profissionais.

Metodologia

Trata-se de uma pesquisa essencialmente quantitativa pois não se buscou aprofundar ou conhecer os argumentos que justificassem a concordância ou não com determinada afirmativa apresentada, o que poderá ser objeto de uma outra etapa dessa pesquisa. O levantamento de dados foi realizado por meio de um Formulário Google Docs enviado pelas coordenadoras e um coordenador de cursos de graduação e respondido por 254 estudantes de cinco cursos de graduação: Pedagogia, Moda, Cinema, Psicologia e Serviço Social.

Como já mencionado além de alguns itens para caracterizar o perfil das estudantes foram listadas 40 afirmativas sobre a imagem da mulher exposta nas telas do cinema. A computação dos dados foi em parte feita com recursos do próprio programa e parte manualmente acrescida de uma discussão que se segue.

Resultados e discussão

O lugar da mulher no cinema

O cinema também chamado de “sétima arte” é um veículo que serve à comunicação e ao entretenimento. É dito também que é uma fábrica de sonhos e tem cada vez mais se expandindo, servindo ao lado de outros recursos da mídia como um instrumento de formação, que exerce uma influência sobre a cultura e a sociabilidade. Embora o cinema como estrutura física tenha perdido espaço nos chamados “cinemas de rua”, ficando mais restrito aos shoppings, considerou-se aqui nesta pesquisa todo tipo de filme produzido pela indústria cinematográfica para ser exibido em salas de cinema, ou acessados pela internet, DVDs, Blue Rays, Streaming ou mesmo na TV e atingido um maior número de espectadores.



Mas como destaca Martin (2003, p.28): “É preciso aprender a ler um filme, a decifrar o sentido das imagens como se decifra o das palavras e dos conceitos, a compreender as sutilezas da linguagem cinematográfica. [...] há tantas interpretações de cada filme quantos forem os espectadores”. Assim, o acesso ao cinema torna-se condição para que essa leitura se realize:

De acordo com o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1979), a experiência das pessoas com o cinema contribui para desenvolver o que se pode chamar de “competência para ver”, isto é, uma certa disposição, valorizada socialmente, para analisar, compreender e apreciar qualquer história contada em linguagem cinematográfica. Entretanto, o autor assinala que essa “competência” não é adquirida apenas vendo filmes; a atmosfera cultural em que as pessoas estão imersas – que inclui, além da experiência escolar, o grau de afinidade que elas mantêm com as artes e a mídia – é o que lhes permite desenvolver determinadas maneira de lidar com os produtos culturais, incluindo o cinema (Duarte, 2002, p. 13).

Essa autora nos alerta que “ir ao cinema” é uma “prática social” que vai possibilitar determinado gosto e uma qualificação para a escolha e apreciação dos diferentes gêneros. Segundo ela:

Em sociedades audiovisuais como a nossa, o domínio dessa linguagem é requisito fundamental para se transitar bem pelos mais diferentes campos sociais” [...]. É inegável que as relações que se estabelecem entre espectadores, entre estes e os filmes, entre cinéfilos e cinema e, assim por diante são profundamente educativas. O mundo do cinema é um espaço privilegiado de produção de relações de “sociabilidade”, no sentido que Simmel dá ao termo, ou seja, forma autônoma ou lúdica de “socialização”, possibilidade de interação plena entre desiguais, em função de valores, em função de valores, interesses e objetivos comuns” (Duarte, 2002, pp. 14- 17).

É importante, entretanto, discutir o outro lado do lugar ocupado pelo cinema. Se há o cinema capaz de proporcionar a reflexão e a criticidade e tem como foco a alteridade e a diversidade cultural (Bergala, 2006), cabe também destacar seu papel colonizador e de aculturação, principalmente da indústria do cinema de Hollywood (Lopes, 2007) Bergala (2006) defende o contato permanente com o filme que estimula a emoção e o pensamento, para a “formação desse gosto que permite tomar certa distância/afastamento sobre os filmes ruins” que ele denomina “filme pipoca”. Daí a importância de se conhecer e discutir sobre a qualidade do cinema e as intenções que existem por detrás de cada produção cinematográfica.



O cinema, imagem e (m) movimento, passou a ser, em várias sociedades, incluindo a brasileira, e desde as primeiras décadas do século XX, uma das formas culturais mais significativas. Em pouco tempo, o cinema transformou-se numa instância formativa poderosa, provocando novas práticas e novos ritos urbanos com representações de gênero, sexuais, étnicas e de classe reiteradas, legitimadas ou marginalizadas (Lopes, 2008, p. 13).

Assim, ainda que o filme só se realize na visão e na “leitura” de cada espectador, não se pode desprezar as mensagens que são veiculadas pelo cinema e que reforçam ou questionam determinados valores, padrões culturais, atitudes e comportamentos sociais. Assim, é importante observar que em oposição ao cinema como arte encontra-se a hegemonia do cinema comercial como os filmes de Hollywood que ocupam a maior parte das salas de cinema. Sobre essa “vertente hollywoodiana”, Lopes (2007) desvenda suas inúmeras armadilhas que nem sempre são percebidas pelo assistente.

Em geral nesses filmes, a mulher tem um papel secundário em relação ao homem ou então é alguém que causa a sua “perdição”. Além disso, é um tipo de filme que manipula o sentimentalismo, estimula o individualismo, o consumismo, o sexo e a violência, explorando intensamente a ação e as catástrofes ou ainda o que esse autor denomina de “cultura do instantâneo”. Enfim todas essas são fórmulas que não possibilitam e não permitem pensar ou refletir (Lopes, 2007, p. 70-84).

Gubernikoff (2009, p. 69) corrobora esse ponto de vista e esclarece:

Devido ao monopólio que ainda exerce no mercado de exibição, o cinema americano e, mais especificamente o cinema americano clássico, aquele ligado às ideologias dos grandes estúdios, produz significados que circulam e, sendo incorporados socialmente através dos anos, encontram-se presentes na formação social do indivíduo exposto a esse tipo de comunicação.

Mas a discussão sobre a mulher no cinema se situa em um contexto mais amplo que é o lugar da mulher na sociedade, sua história de opressão, mas também de lutas conquistadas e avanços, pois, mesmo diante de algumas garantias de igualdade em relação à direitos e também deveres, ainda assim encontram-se “[...] mulheres que desconhecem a igualdade de gênero e acabam ficando na obscuridade e submissão” (Silva et al., 2015, p. 169).



Em um estudo sobre as mulheres brasileiras nos espaços público e privado Venturi e Godinho (2013, p. 17), organizam dados e apresentam discussões sobre os “avanços, estagnações e recuos” na relação de gênero e questionam o “quanto teria avançado (ou não), em uma década o protagonismo social e político das mulheres na sociedade brasileira? ”

É nessa perspectiva dialética entre protagonismo e submissão que se buscou provocar uma discussão sobre a imagem da mulher no cinema entre esses dois polos e investigar como estudantes universitárias, futuras profissionais e formadoras de opinião percebem o lugar que a mulher ocupa na produção cinematográfica.

A percepção de estudantes universitárias sobre a mulher no cinema

O questionário dessa pesquisa foi respondido por 254 estudantes do sexo feminino, sendo a maior parte de um centro universitário privado dos seguintes cursos com o respectivo número de alunas: Pedagogia -114, Moda - 36, Cinema- 30, Psicologia – 22 e Serviço Social - 18 e ainda de uma universidade pública, por 34 estudantes do curso de Pedagogia.

As respondentes cursam do 1º ao 10º período, sendo que a maior parte dessa amostra estava cursando até o 6º período. A religião praticada por elas é bastante variada: católica (34%) seguida pela protestante e evangélica (22%) e em terceiro lugar (15%) aquelas que não praticam qualquer religião e por último as que seguem a doutrina espírita (7%). Foram citadas também em menor número: testemunha de Jeová, mórmon, budista, candomblé e umbandista. Uma se declarou agnóstica e outra ateia. Em relação ao estado civil o predomínio é de solteiras 73%, apenas 3% são divorciadas, uma única viúva e 24% são casadas.

A escolaridade dos pais em sua maioria (71%), distribui-se entre o fundamental incompleto e o médio completo. Apenas 16% tem formação superior sendo 4 com mestrado e um com doutorado. Os dados referentes às mães são bem semelhante, com cerca de 72% até ensino médio completo e 20% com nível superior, sendo um mestrado e quatro com doutorado. Mas há também seis pais e cinco mães analfabetos.

A ida ao cinema fora de casa é rara. A maior parte das estudantes da amostra, (73%) assistem filmes por meio de streaming seguido de 22% na televisão e apenas 5% tem



a sala de cinema como o meio mais utilizado. O restante assiste raramente ou o máximo até cinco vezes ao ano, um filme em uma sala de cinema.

Um pouco mais de um terço dessas estudantes declararam assistir menos de cinco filmes por mês, e a mesma quantidade declarou assistir entre cinco e dez filmes. As demais assistem a mais de dez filmes mensais.

Para escolher os filmes o critério mais adotado por quase metade das estudantes é o gênero ou o tema do filme. Em seguida 20% seguem recomendações de pessoas próximas e um número menos significativo citou a crítica especializada, publicidade, crítica popular ou mesmo elenco e acessibilidade.

A maior parte dos filmes assistidos por esse grupo de estudantes são produções norte americanas (83%). Apenas 8% citaram os brasileiros sendo o restante de outras nacionalidades dentre as quais foram citados britânico, francês e espanhol.

Cerca de 40% delas leem as críticas de cinema e o restante não lê nunca ou lê raramente. Mas o grupo que conversa e debate sobre os filmes assistidos é um pouco maior (60%) do que os que nunca ou raramente os comentam (40%).

Foram apresentadas 44 afirmações sobre a imagem da mulher no cinema sendo a maior parte mais geral e algumas que continham afirmações um pouco mais específicas em relação aos cursos envolvidos. As estudantes foram convidadas a assinalar com um X aquelas com as quais concordavam e a seguir apresentamos as afirmativas que mais se destacaram.

Foi praticamente unânime a concordância com a ideia de que o cinema exerce influência sobre a formação das mulheres a despeito da distração e do lazer. Ainda assim 10% afirmou que quando vai ao cinema não se preocupa com o papel da mulher, pois só quer relaxar e se distrair.

Sobre esse aspecto, Almeida (2013, p. 113) discute a importância da mídia, por exemplo, na propagação de um ideal de “feminilidade” e alerta que “[...] gênero ou o que vemos como imagens sobre mulheres e homens, as construções de feminino e masculino, são construções sociais e históricas, não são fixas e nem permanentes. ”



Essa autora afirma ainda que essas mídias “[...] têm a capacidade de produzir certas construções simbólicas, apropriando-se de elementos que já circulam na cultura [...] os reforçam e normalizam, constituindo representações hegemônicas sobre gênero” (Almeida, 2013, p.114)

Embora seja inegável a importância do papel da família e da escola na formação de uma consciência dos direitos e na possibilidade de práticas mais justas e igualitárias entre homens e mulheres, cabe perguntar também qual o papel da mídia, e em especial do cinema em relação à questão de gênero e a construção social do lugar da mulher na nossa sociedade. Silva et al. (2015, p.170), em uma pesquisa sobre a possibilidade de se discutir gênero na escola constatam que “Ao delegar a responsabilidade do diálogo e do ensino para a mídia, uma grande parte dos pais perpetua a ignorância sobre a questão de gênero, sem tomarem consciência do que estejam fazendo. ”

A afirmação que obteve o maior número de marcações (68%,9) foi: “Filmes que mostram mulheres independentes podem encorajar outras mulheres a fazerem o mesmo”. Isso mostra que as estudantes acreditam que ao assistir filmes as mulheres sofrem algum tipo de influência no seu comportamento ou em suas atitudes.

Outra afirmação que reforça essa percepção indica que os filmes podem inclusive influenciar a formação da mulher, pois quase a metade das respondentes assinalou que: “É possível que crianças que cresçam assistindo filmes com personagens femininas que são donas de suas vidas se inspirem e se encorajem” (45%).

Ainda sobre a influência que a imagem feminina veiculada nos filmes possa afetar a vida das mulheres, mais da metade das estudantes marcaram em concordância a seguinte afirmativa: “Acredito que personagens femininas independentes são capazes de influenciar positivamente as espectadoras” (60%).

Costa (2016, p.47) confirma a importância dessa influência ao comentar sobre como “a baixa representação feminina nos filmes nos leva a pensar nas consequências danosas advindas da poderosa influência exercida pelas imagens midiáticas na construção e perpetuação de preconceitos sociais contra as mulheres”. Ela cita ainda uma pesquisa que mostra a ocorrência bem maior de “personagens masculinos em profissões



consideradas de prestígio” como por exemplo “uma relação de 13 homens para 1 mulher entre advogados e juízes” (Costa, 2016, p.47)

Talvez atentas a essa importância as estudantes de Pedagogia, em uma proporção bem significativa (41%) concordaram que: “O cinema deveria fazer parte da formação nos cursos de graduação, provocando uma reflexão sobre essa mídia e preparando futuras pedagogas a estarem alertas para questões da mulher”. Essa mesma afirmativa, entretanto, foi considerada menos pertinente para estudantes dos cursos de moda, cinema, psicologia e serviço social.

Ao abordar o tipo de mulher que o cinema apresenta quase a metade (44%) acredita que: “A maior parte dos filmes infantis ainda reforçam o estereótipo da mulher que espera um príncipe encantado para cuidar da sua vida e lhe fazer feliz”, ou seja, acreditam que os filmes disseminam estereótipos de uma mulher à espera de que um homem a conduza e cuide dela e que dele depende sua felicidade como de fato a maior parte dos contos de fada procuram nos induzir e o que não correspondem à vida real.

Essa ideia romantizada dos contos de fada é percebida por um pouco mais da metade das respondentes da pesquisa (51%) que consideram verdadeira a afirmação de que “Os filmes geralmente exageram na romantização das relações entre homem e mulher não correspondendo ao que acontece na vida real”.

Sobre essa relação homem/mulher, Machado (2006, p. 9) mostra como o cinema colabora para a construção de uma representação que passa a ser “aceita e absorvida” por meio de desenhos de animação, que propagam matrizes de atitudes femininas como “coragem, perspicácia, inteligência, vaidade, coqueteria, feminilidade”, mas também de “futilidade/ consumismo, valorização do corpo/ sedução” (Machado, 2006, p12).

Essa imagem de fragilidade feminina é reforçada, pois segundo Duarte (2009, p.46), a “maioria dos filmes apresenta as mulheres como dependentes e incapazes de tomar decisões acertadas (sobretudo em situações de perigo); estão sempre em busca do complemento masculino, cuja presença além de significar realização pessoal, sugere segurança e proteção. ”



E, embora a mulher, em muitos casos possa ser a protagonista da história há uma tendência em mostrá-la dependente de algum homem ou abrindo mão de seus ideais pelo amor ou pela companhia masculina.

A mulher é quase sempre coadjuvante. De um modo geral, o protagonismo feminino em narrativas filmicas é fortemente marcado por definições misóginas do papel que cabe às mulheres na sociedade: casar-se, servir ao marido, cuidar dos filhos, amar incondicionalmente. Mulheres livres, fortes e independentes são frequentemente apresentadas como masculinizadas, assexuadas, insensíveis e traiçoeiras (Duarte, pp. 46-47).

É preocupante, portanto, que esses valores estejam sendo veiculados se constituindo em uma instância formadora de ideias e de comportamentos, o que explica porque a “imagem da mulher ‘construída’ pelos diferentes meios de representação, mais especificamente, pelo cinema tornou-se objeto de discussão na sociologia a partir do século XX “ (Galetti, 2012 p. 551).

A opinião das estudantes está dividida ao meio em relação à percepção de que tem havido um aumento do protagonismo feminino com o passar dos anos.”, e igualmente quase metade (42%), tem percebido com frequência, personagens femininas que não dependem da ajuda de homens para alcançar seus objetivos.” A outra quase metade acredita que o cinema ainda reforça os estereótipos da mulher não protagonista.

Talvez isso ocorra em boa parte em decorrência do cinema norte americano principalmente de Hollywood que influencia o cinema mundial. Gubernikoff (2009) corrobora a afirmação de Galetti (2012), mostrando que “[...] a posição das mulheres nos enredos dos filmes hollywoodianos sempre foi a do outro, nunca a de sujeito da narrativa, e que sempre foram tratadas como objetos do voyeurismo masculino” (Gubernikoff, 2009 p.66). Em sua análise Galetti (2012, p. 555), mostra “que a mulher, na maioria dos filmes, não possui uma identidade e está à procura de uma [...]”.

A indústria cinematográfica norte americana é assim, em grande parte de sua produção, veiculadora de ideias, valores, concepções e estereótipos que desenham uma imagem da mulher, frágil, fútil, consumista, que só tem valor ao lado do homem, enfim, uma mulher antes submissa que protagonista, já que tudo isso está presente no “discurso narrativo desses filmes e é uma forma de recalçamento pelo sexo, a favor de uma economia capitalista patriarcal. Ao mesmo tempo que procura justificar a repressão



social da mulher, projeta a imagem da mulher ideal, a favor da acumulação de capital“ (Gubernikoff, 2009, p. 68).

Entretanto, cerca de quase metade das universitárias desta pesquisa (41%) vai um pouco além das constatações sobre imagem da mulher no cinema e assinalam que se sentem revoltadas quando assistem filmes em que as mulheres não sabem o que querem e se deixam manipular pelos outros.

Reflexões Finais

Apesar de todas as constatações dos autores citados e da percepção das estudantes desta pesquisa sobre o lugar da mulher ainda em segundo plano nas telas do cinema, percebe-se em alguns filmes “uma ruptura na forma em que as mulheres são apresentadas” (Galletti, ano, p.555). Ao contrário da imagem dominante elas são: “ousadas, rompendo com algumas condições impostas as mulheres, como: de “moças virgens e prontas para o casamento”, caladas, submissas” (Galletti, ibidem)

Portanto é importante que se identifique também uma outra corrente de produção cinematográfica seja brasileira ou internacional que propõe um outro discurso colocando a mulher como protagonista. E isso já vem acontecendo na produção brasileira devido inclusive ao fato das mulheres se colocarem do outro lado da câmera como cineastas “[...] passou-se a valorizar a verdadeira relação da mulher com o social e consigo mesma. [] em “ uma nova perspectiva – para a mulher brasileira e para o cinema nacional” (Gubernikoff, 2016, p.87).

Nagib (2012, p.14), também busca identificar “a participação feminina” no cinema brasileiro dos anos 1990 com o foco nas mulheres que produzem filmes em um trabalho colaborativo e em autoria compartilhada. Em um livro que trata especificamente da mulher no cinema Lopes e Teixeira (2008), selecionaram ao mesmo tempo filmes que colocam as mulheres como personagens centrais e filmes de diretoras mulheres. Talvez a imagem da mulher se modifique a partir do momento em que as mulheres ocupem mais o lugar de cineastas e produtoras e não apenas de personagens/ atrizes e que o público, sobretudo feminino, comece a ter um olhar mais questionador e exigente em relação aos filmes que reforçam a imagem da mulher com um ser frágil, dependente, submisso, que não sabe o que quer e não luta pelos seus ideais.

E para isso é importante que estudantes universitárias e futuras profissionais que também são capazes de questionar e disseminar ideias e valores estejam sensibilizadas



e atentas para essas questões relacionadas à imagem e ao lugar que a mulher ocupa na sociedade.

Referências

Almeida Heloisa Buarque de. (2013). As mulheres e as imagens da televisão. In: Venturini, Gustavo. Godinho, Tatau, (orgs) Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado: uma década de mudanças na opinião pública. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo/ Edições SESC.,504 p. 107-117.

Bergala, Alain. (2006). L'hypothèse cinema. Petit traité de transmission du cinema à l'école et ailleurs. Petit Bibliothèque des Cahiers du cinema. Paris.

Costa, Geralda Nelma. (2016), A presença feminina no mercado cinematográfico: uma discussão preliminar. In: Viegas, Daniela; Gazire, Marina; Reis, Roberto; Barbosa, Silvia Michelle A. Bastos. (orgs.) Mulheres comunicam. Belo Horizonte: Letramento, Jedi, Unase.

Duarte, R. (2002). Cinema e Educação. Autêntica. Belo Horizonte.

Galetti Camila Carolina Hildebrand. (2012) Mulher e cinema: a representação do feminino no cinema brasileiro (1958-1965) Anais do X Seminário de Ciências Sociais - Tecendo diálogos sobre a pesquisa social. Universidade Estadual de Maringá | Departamento de Ciências Sociais. 22 a 26 de outubro de 2012 p. 551-560.

Gubernikoff, Giselle. (2009) A imagem: representação da mulher no cinema.

Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 8, n. 15, jan./jun..

Gubernikoff, Giselle. (2016) Cinema, Identidade e Feminismo. Perfil de Mulher. 1. ed. São Paulo: Pontocom, v.1.152p.

Lopes, José de Sousa Miguel. (2007). Descolonizar o cinema: a educação agradece. In: Educação e cinema: novos olhares na produção do saber, Porto (Portugal): Profedições,.

Lopes, Eliane Marta Teixeira. (2008). Vá ao cinema. In: Lopes, José de Sousa Miguel e Teixeira, Inês Assunção de Castro (orgs). A mulher vai ao cinema. Belo Horizonte: Autêntica.

Machado, Liliâne Macedo. (2006). E a mídia criou a mulher: como a tv e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero. (Tese de doutorado). Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília. Brasília.

Martin, Marcel. (2011). A linguagem cinematográfica. Editora Brasiliense. São Paulo.



Nagib. Lúcia. (2012). Além da diferença: a mulher no Cinema da Retomada. Devires - Cinema e Humanidades. Dossiê Cinema Brasileiro: Engajamentos no Presente II Belo Horizonte, v. 9, n. 1. Jan-Jun p.14-29

Silva Telma Ferreira da; Castro Sheila; Meneses Elisângela Ferreira; Silva Maria das Graças Silva Nascimento; Silva Josué da Costa. (2015). Qual Espaço para Discutir Gênero? Revista Latino-americana de Geografia e Gênero, Ponta Grossa, v. 6, n. 1, p. 169 - 183, jan. / jul.

Souto Mariana. (2009). Cinema como prática cultural: uma análise dos modos de endereçamento no filme Cão sem dono. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF Vol.3 nº2 • dezembro

Venturini, Gustavo; Godinho, Tatau. (2013). Introdução. Igualdade de gênero: avanços, estagnações e recuos. In: Venturini, Gustavo. Godinho, Tatau, (orgs) Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado: uma década de mudanças na opinião pública. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo/ Edições SESC, .504 p.