

# NOVOS MEIOS TECNOLÓGICOS DA COMUNICAÇÃO, GÊNERO E A FUNÇÃO IDEOLOGICAMENTE REGRESSIVA DA MÍDIA\*

Rita Maria Radl Philipp

## Introdução

Este capítulo foca o tópico das identidades, papéis e relações de gênero, e sua ligação com o uso tecnológico, do ponto de vista das representações (imagens) dos novos meios tecnológicos da comunicação, um dos desafios atuais com especial impacto em todas as sociedades.

Assim, estamos a observar em todas as sociedades - na Europa, na América do Sul, na América Central, mas também na Ásia e na África - imagens ou representações no contexto das redes, e novas tecnologias da informação e comunicação que mostram um domínio e, em definitivo, o poder vinculado ao sexo/gênero masculino, inclusive atos e imagens de violência para com o gênero feminino, identidades de gênero ou coletividades consideradas femininas ou fragilizadas, quase como um assunto habitual.

A questão central aponta para a interrelação do gênero e, portanto, das identidades de gênero, com a mídia e os meios tecnológicos, temática complexa que encerra, certamente, significados múltiplos, interseccionais, sociais, de educação, inclusive, de classe em sentido epistêmico amplo. Embora, no presente contexto não iremos focar todos estes aspectos citados. O texto vai analisar a problemática de gênero, desde a ótica epistêmica teórica feminista das mulheres e de gênero argumentando a função ideologicamente regressiva da mídia, isso é, dos meios, e novos meios tecnológicos da informação e comunicação, e suas representações e imagens sociais em relação às identidades de gênero. O aspecto nuclear que dá significado epistemológico à temática aponta para sua influência identitária. Mas quais são os elementos centrais dessas representações? Eles são reais e adequados da perspectiva das mulheres e de gênero, e do

---

\* DOI - 10.29388/978-65-6070-055-0-0-f.234-251

ponto de vista da equidade humana e da igualdade das pessoas, em um contexto marcado por uma estrutura supostamente democrática, ou contrariamente, estamos a falar de representações ideológicas ou falsas que são transmitidas e que circulam nas redes tecnológicas da sociedade moderna ou pós-moderna, a conceituar como sociedade tecnológica, hipertecnologizada, virtual ou “modernidade líquida”, como explica Zygmunt Bauman (2001, 2022). Este autor demarca que, na sociedade tecnológica pós-moderna, as relações sociais são cada vez mais sem compromisso, sem substância através do uso tecnológico e põe em dúvida o caráter comunicativo das redes e, assim, das novas tecnologias da comunicação<sup>1</sup>.

De nossa visão, ressaltamos o fato de que as relações diretas entre pessoas são substituídas, cada vez mais, pelas relações através das telas, tecnologias da informação e da comunicação, e aparelhos técnicos. Elas convertem-se, em definitivo, em “relações mediadas” (Radl Philipp, 2001a, 2001b, 2012a, 2012b), extremo que é observável nos cantos mais remotos do mundo. As relações sociais transcorrem de forma mediada pela tecnologia mais sofisticada na vida diária das pessoas; o uso de celulares, *tablets*, *internet*, das redes, ocupa um lugar central na vida delas. Tal fato tem seu significado, impacto e consequências mesmo para as identidades de gênero das pessoas, classificadas de forma habitual de mulheres e homens, é desta forma, nas masculinidades e feminilidades, mas também é presente nas assim chamadas identidades de gênero alternativas, não binárias ou de cisgênero. Assim sendo, é nosso propósito colocar no centro do debate, nesta abordagem, a questão das representações em função do gênero no marco das novas tecnologias da comunicação e analisar seu significado, entendendo o conceito das identidades de gênero (femininas e masculinas) no sentido aberto de diferenças (inter e intragrupal) e bem complexo, ou como diz Giulia Colaizzi (1995, p. 31):

---

<sup>1</sup> Assim destaca Zygmunt Bauman criticamente: “Las redes sociales no enseñan a dialogar porque es fácil evitar la controversia. Mucha gente usa las redes sociales no para unir, no para ampliar sus horizontes, sino al contrario, para encerrarse en lo que llamo zonas de confort, donde el único sonido que oyen es el eco de su voz, donde lo único que ven son los reflejos de su propia cara. Las redes son muy útiles, dan servicios muy placenteros, pero son una trampa”. Disponível em: [https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427\\_675885.html#:~:text=Mucha%20gente%20usa%20las%20redes,reflejos%20de%20su%20propia%20cara](https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html#:~:text=Mucha%20gente%20usa%20las%20redes,reflejos%20de%20su%20propia%20cara). Acesso em: .

[...] diferencia no sólo como marca distintiva entre hombres y mujeres, sino entre mujeres, en el interior de cada mujer, así como las diferencias de raza, preferencia sexual, religión, edad y clase social.

De modo resumido, argumentamos a tese de que o modelo identitário de gênero, representado nos meios e novos meios tecnológicos da informação e comunicação, corresponde a um padrão de domínio e de poder que outorga o valor de superioridade à identidade masculina como modelo hegemônico dominante. Ele é definido, em correspondência, com a ideia da identidade de gênero da feminilidade subalterna, bem no sentido tradicional ao uso ou não, ainda que esse tipo não seja já o tipo válido e conte com muitas facetas diversas, traços interseccionais, muitas descontinuidades e rachaduras, além de ser questionado desde há muitos séculos pelo pensamento e movimento feminista.

São essas representações sociais em função do gênero e das identidades de gênero do super protagonismo masculino e da subalternidade e do subprotagonismo do gênero feminino que dominam nas redes tecnológicas e nas tecnologias da informação e comunicação atuais. Elas são difundidas, construídas e reconstruídas no contexto da mídia e das novas tecnologias da informação e comunicação em nossa sociedade hipertecnologizada e, desta forma, tornam-se os instrumentos mais relevantes e eficazes para a reprodução da constelação de subordinação intergênero e, conseqüentemente, do sistema androcêntrico patriarcal que as necessita e, ao mesmo tempo, as sustenta. Assim, os meios tecnológicos da informação e comunicação modernos tem uma função ideologicamente regressiva referente às identidades e os papéis de gênero, em particular, do gênero feminino, que não chega a ser representado nas suas funções sociais realmente desenvolvidas na sociedade.

Da perspectiva de socialização e formação humana, os meios e as tecnologias da informação e comunicação modernos se convertem em ferramentas centrais da reprodução e produção das identidades de gênero em uma sociedade onde quase todas as pessoas consomem e gerenciam, ou como dizíamos antes, se relacionam, massivamente através de aparelhos tecnológicos, aparentemente neutros do ponto de vista de gênero, mas que não são neutros em absoluto. Segundo vamos argumentar a seguir, as tecnologias midiáticas exercem uma função ideologicamente regressiva em

relação às identidades de gênero, o que significa uma violência simbólica para as identidades de gênero femininas ou de tipo alternativo participando na construção e reconstrução de identidades de gênero verticais.

Assim sendo, vamos abordar, em primeiro lugar, o tópico meios e novos meios tecnológicos da informação e comunicação e gênero. No segundo ponto falamos de gênero e da função ideologicamente regressiva da mídia e, no ponto três, o foco vai ser colocado de forma específica na força socializadora da influência tecnológica mediática.

## **1. Meios e novos meios tecnológicos da informação e comunicação e gênero**

Vivemos em uma era dominada pela tecnologia e, em particular, pelas novas tecnologias da comunicação e informação. Há quem pense que elas provocam uma transformação ilimitada da vida das pessoas, não só nas sociedades ocidentais, capitalistas do primeiro mundo. As tecnologias e as novas tecnologias de comunicação e informação têm também o seu impacto sem precedentes nas sociedades que mostram um desenvolvimento diferente, inclusive mais ecológico, sustentável e natural, de produção econômica tradicional pré-capitalista – no caso de poder usar essa expressão – ainda fora de um capitalismo tardio (Habermas, 1973) ou de neocapitalismo liberal de novo cunho. Embora, na atualidade, todas as sociedades mundiais contam cada vez com mais problemas de bem-estar social e econômico, e não somente pelo problema específico da guerra na Europa (na Ucrânia), segue o desenvolvimento tecnológico, sua ampliação e uso como panaceia do futuro.

Não há dúvida de que as novas tecnologias deixam a sua marca em todas as esferas da vida social, laboral, econômica e científica. Já é um fato que mesmo em uma área tradicionalmente ligada a uma forma de relacionamento pessoal mediada pela palavra e pela transmissão explicativa de conhecimento, como é o caso do ensino fundamental e médio, vem sendo cada vez mais introduzida a utilização das novas tecnologias da comunicação que, segundo alguns, podem até deslocar a forma tradicional atual de ensino.

Não é nosso propósito, neste momento, aprofundar mais nos perigos de tal concepção que advém de um uso exclusivo do conhecimento

mediado, do distanciamento e da substituição de fontes de informação em termos de conhecimento dos processos mais elementares relacionados à vida humana e ao conhecimento sobre a natureza. No entanto, deve-se notar que para o nosso propósito é de especial interesse esclarecer de que forma as novas tecnologias influenciam a consciência e identidade das pessoas.

Do ponto de vista do significado dos meios e dos novos meios tecnológicos de informação e comunicação para as identidades e/ou novas identidades de gênero, tem especial relevância analisar se as novas tecnologias e seu uso, sua aparente neutralidade, realmente têm consequências positivas, impulsionam novos modelos, alternativos e equitativos e amparados na liberdade das pessoas, como proclamam as teorias pós-modernistas ou se, ao contrário, longe de ter essa influência, eles perpetuam sob aparências novas identidades de gênero que mantêm visões altamente negativas, em relação ao gênero feminino que, na verdade, contrariam os postulados da igualdade de tratamento dos sujeitos do ponto de vista feminista de gênero e influenciam, ou inclusive exercem, uma violência contra as mulheres pela sua condição de gênero. É essa última tese que estamos a defender nas nossas pesquisas e que vamos debruçar aqui.

Assim, olhando para as abordagens teóricas a esse respeito, observamos como as teorias ciberfeministas conferem ao sujeito um poder performativo e virtual extraordinário. O ciberfeminismo, termo introduzido por Donna Haraway, em 1987, oferece às mulheres uma nova identidade como sujeitos híbridos e quimeras, baseada na tecnologia. Essa autora traz certamente uma visão positiva do uso das redes. Ela defende um modelo virtual, com especiais possibilidades para novas identidades de mulheres e de gênero no marco das avançadas tecnologias da comunicação. Em suas elucubrações, Sadie Plant, em 1997, define o ciberfeminismo como uma cooperação entre mulheres, máquinas e novas tecnologias, delineando o vínculo especial entre identidade feminina e tecnologia e o mundo das máquinas, ideia que surge para algumas ou alguns outros teóricos. Subjacente a esse intuito se encontra a percepção de que a tecnologia ou as novas tecnologias poderão finalmente libertar as mulheres das identidades tradicionais e das cargas que o corpo feminino suporta, na linha da proposta feita por Shulamith Firestone, em 1970,

quanto à substituição da maternidade biológica por um útero artificial. Esta última teórica lança a hipótese de que a tecnologia permitirá que as mulheres sejam libertadas da opressão que sofrem através de seus próprios corpos que são o problema da sua opressão. Essa provém da mesma natureza biológica das mulheres. Graças ao desenvolvimento da tecnologia contraceptiva e a intervenção e reprodução extrauterina, a libertação dessa carga será possível para as mulheres.

Ao argumentar que a divisão central da sociedade é a divisão entre os dois sexos como classes, Firestone entendeu que a opressão específica das mulheres está diretamente relacionada à sua biologia. Desta forma, conceituando a desigualdade em termos biológico-naturais, a autora supracitada propõe erradicá-la, substituindo a função biológica materna por uma tecnologia que assuma essa função.

Nossa posição se distancia de tal visão, ainda que sustentemos que a ajuda da tecnologia é bem recebida para ampliar as possibilidades humanas de ação e, por conseguinte, é crucial para as mulheres. Invocamos a ideia de que a opressão das mulheres é um fato da organização estrutural, ou seja, da diferenciação estrutural, que sim, para nós aponta para a validade desse “sofisma antropológico”<sup>2</sup> do qual fala Firestone como um erro fundamental.

A nossa concepção teórica parte, pelo contrário, da compreensão sociológica social estrutural (ou seja, antropológica, segundo a definição de Firestone), entendendo que o problema não é o corpo das mulheres e sua natureza, mas sim a conceitualização e as constelações do poder social androcêntrico patriarcal que definem esse corpo como o Outro, como entidade que se afasta do modelo correto superior no sentido aristotélico de superioridade do corpo masculino devido a “*physis*” dele. Adscriver a função da maternidade da espécie que oprime as mulheres à tecnologia (a uma máquina) não resolve a questão da organização social das relações intergênero, especialmente quanto ao cuidado das crianças. Não obstante para Firestone tem a vantagem e é preferível porque, para ela, a

---

<sup>2</sup>Com essa expressão Shulamit Firestone (1970) rejeita os argumentos que falam do que as razões da opressão das mulheres são uma questão da estrutura, organização, significados sociais e, portanto, de construção social de gênero. Ela coloca o foco da sua argumentação na mesma natureza como base material da diferencia dos corpos arguindo que, com sua supressão, provocaria uma revolução social estrutural. O sofisma antropológico de uma simples modificação estrutural social que pode levar à liberdade (e igualdade) das mulheres para ela é uma falácia argumentativa, não é verdade, ainda que defenda que a modificação material da gestação, sim pode provocá-la.

dependência psicológica com respeito à mãe, desaparece. Contudo, achamos que é obvio que a solução do problema recai, e é uma questão de organização social que requer um modelo antropológico social diferente, uma transformação estrutural social em termos de igualdade e equidade.

As pesquisas sobre a influência socializadora da mídia e das novas tecnologias da comunicação e informação realizadas por nós, verificam como a mídia e as novas tecnologias deixam, em definitivo, uma marca negativa nas identidades de gênero por sustentar a verticalidade e subalternidade referente às identidades de gênero feminina e masculina (Radl Philipp, 2001a, 2001b, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b). A mídia e as novas tecnologias da comunicação e informação transmitem, do ângulo socializador, fortes modelos de gênero androcêntrico-patriarcais, portanto, de relações sociais e de gênero. Isso é, elas são na verdade os instrumentos mais poderosos para manter na percepção e na identidade das pessoas, especialmente das jovens e mais jovens, concepções verticais androcêntricas sobre as relações intergênero; ou dito de outra forma, para ancorar na percepção das pessoas o que classificamos de modelos identitários de gênero verticais, hierarquizados e, por consequência, tóxicos de uma posição teórica feminista.

## **2. Função ideologicamente regressiva da mídia e identidades de gênero**

Olhando para a pesquisa midiática feminista quanto às visões que explicam as dinâmicas midiáticas, ou bem, as repercussões que as mídias têm nas identidades de gênero, ela traz, por um lado, abordagens teóricas que destacam que os estereótipos midiáticos de gênero são devido à sua simples existência na sociedade, ou seja, essas teorias, mais clássicas, defendem uma concepção reproducionista da dinâmica midiática e seu significado para a sociedade (Gallego, 1990; Dominguez Juan, 1988; Calonge Cole, 2006). Segundo essa visão, as mídias reproduzem os papéis, isso é, os estereótipos de gênero que estão presentes na vida social e na sociedade.

Outras posições sustentam que a situação e a representação das mulheres na mídia, permanecem intimamente ligadas à sua sub-representação nas redações e em cargos de gestão (Prommer; Linke, 2019;

Van Zoonen, 1988, 1994)<sup>3</sup>. Dessa postura se infere que, enquanto a representação das mulheres em cargos diretivos e nas redações seja mais equilibrada, também as representações e o tratamento midiático referente às mulheres e, portanto, a representação do seu protagonismo na informação e comunicação midiática, mudaria. Em consequência, na medida que as mulheres irrompem mais nas redações e direções da mídia, a sub-representação em função do gênero delas vai ser corrigida em favor de representações mais “igualitárias”, mais conforme com seu protagonismo social real e efetivo.

Também encontramos posturas teóricas que falam de uma “função regressiva” da mídia (Fgoaga, 1993) em relação aos papéis sociais de gênero e, em definitivo, ao papel social do gênero feminino. Essa perspectiva teórica argumenta que a mídia não representa, de forma neutra, os fenômenos socialmente importantes, nem segue operando com estereótipos por razões de um “atraso ideológico” que é dado em relação com uma dinâmica social mais avançada. Ao contrário, essa teoria sugere que a mídia cumpre uma função ideológica que favorece a manutenção das estruturas de poder verticais em função do gênero, androcêntricas e patriarcais que, no caso do papel social feminino, é uma função regressiva. Essa é, do ponto de vista que aqui defendemos, uma função ideologicamente regressiva, termo que cunhamos e introduzimos nas nossas pesquisas sobre os meios de comunicação e os novos meios tecnológicos da informação e comunicação (Radl Philipp, 1995, 1996), uma vez que as mulheres não são retratadas na comunicação midiática e tecnológica com as funções sociais, políticas, econômicas e culturais que elas realmente executam.

Neste momento, é interessante referir os dados de Elizabeth Prommer e Christiane Linke (2019) para o contexto alemão, em uma mostra representativa, que analisa 3.500 horas de programação de TV e 800 filmes de cinema. O estudo confirma essa tese sobre a **função ideologicamente regressiva** dos meios de comunicação em relação aos papéis e identidades de gênero, com a noção antes explicada.

As autoras seguem a linha da pesquisa feminista midiática acusando a falta de investigações sobre a temática, a partir do ponto de

---

<sup>3</sup> Veja os dados pormenorizados da pesquisa referente a Alemanha em: (Prommer; Linke, 2019). Sobre a postura de Van Zoonen ver seu texto clássico: (Zoonen; Liesbet, 1988).



vista das investigações clássicas do cinema, da TV e da informação escrita dos meios, também com vistas para os novos meios tecnológicos da informação e comunicação. Seu estudo parte de visões teóricas científicas clássicas, bem conhecidas na pesquisa midiática, como é a tese da cultura (Gerbner, 1969, 2002; Gerbner; Gross, 1972), a teoria do *Framing* (quadro de referência ou esquema de interpretação, ou seja, da perspectiva a partir da qual olhamos para um problema ou evento) e a abordagem de *Agenda Setting* introduzido por Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972, que descreve a função geral de determinação/definição dos tópicos (*Issues*) dos meios de comunicação de massa. Segundo essa última concepção, as pessoas classificam as questões ou problemas políticos em uma espécie de lista interna de prioridades, de acordo com a sua relevância, que é entendida como **agenda do público** (medida e pesquisada por meio de análise de conteúdo da mídia, por exemplo) em função da frequência ou preeminência com que os meios de comunicação social informam sobre os tópicos.

Já enlaçando de forma concreta com a ótica teórica de Elisabeth Klaus (1998) sobre os meios de comunicação como produtores de modelos e imagens de gênero e sua consolidação, e com os pressupostos pioneiros de leitura de gênero, de Laura Mulvey (1975, 1999), sobre um triplo “olhar masculino”, em que o diretor, a câmera e o espectador constroem a imagem midiática das mulheres através de seu olhar masculino, Prommer e Linke (2019) confirmam de modo muito resumido, como resultados da sua pesquisa, quatro aspectos: 1) uma clara sub-representação das mulheres; 2) uma diferença no tratamento em função do gênero referente à idade entre homens e mulheres, a partir dos 30 anos; 3) que os homens são as pessoas que “[...] explicam o mundo [...]” (Prommer; Linke, 2019, p. 19); e 4) que na televisão infantil também não existe igualdade de gênero.

Estes resultados referentes às diferenças negativas em função do gênero para as mulheres, enquanto representações midiáticas, existência de estereótipos etc. são também tendencialmente confirmados para a atualidade no estudo sociológico de Fatima Arránz Lozano, sobre os programas da TV de máxima audiência na Espanha (Intituto de la Mujer, 2020).

As duas pesquisas nomeadas são especialmente relevantes para o presente contexto por duas razões: em primeiro lugar pelas próprias características dos estudos, uma vez que falamos de estudos empíricos representativos e atuais de contextos socioculturais com alto nível de desenvolvimento tecnológico e uso dos meios de comunicação. E a segunda razão provém da atualidade dos dados que confirmam a validade dos resultados das nossas pesquisas empíricas sobre a presença e representação das mulheres e o tratamento abertamente negativo em função do gênero para o coletivo feminino, obtidos há bastante tempo, entre 1992-2008 (em seu momento, estudos pioneiros no contexto espanhol) para o momento atual.

Em vista dessas pesquisas, podemos concluir de que, também na atualidade, os meios de comunicação de massa seguem uma dinâmica que afeta a produção e reprodução de uma realidade social por meio de uma transmissão de elementos falsos e distorcidos no tocante aos papéis de gênero, o que dá lugar a uma construção e reconstrução distorcida da realidade social quanto ao protagonismo social de mulheres e homens. Desta forma, exercem essa **função ideologicamente regressiva** descrita para com os papéis de gênero, o que favorece a manutenção das estruturas de poder verticais em função do gênero, androcêntricas e patriarcais.

Essa ponderação segue uma linha epistemológica que rompe com uma mera crítica representacionista e defende uma **posição teórica construtivista** que dá atenção especial à função de construção da mídia com vistas aos papéis de gênero, vinculando-se à convicção semiótica de que a linguagem, as imagens e a comunicação em geral intervêm na construção da própria realidade ao mesmo tempo que oferecem a bagagem simbólica para reconstruí-la (Radl Philipp, 2001a; 2001b; 2011a; 2011b; 2012a; 2012b).

Em definitivo, as presentes asseverações se inscrevem em uma concepção construtivista interacionista que além do mais destaca a capacidade reflexiva dos sujeitos em relação à comunicação, em consonância com o descrito por George Herbert Mead (1972) para o uso dos “símbolos significantes”<sup>4</sup>, mesmo quando as comunicações estabelecidas entre o

---

<sup>4</sup> O autor citado diferencia entre o gesto simples e o gesto, ou símbolo significante. Este último é aquele que expressa a ideia que representa e que, ao mesmo tempo, consegue gerar essa mesma ideia em outros seres humanos. O símbolo significativo mais importante que reúne todas essas características é o símbolo linguístico. Veja ao respeito: MEAD, G. H. **Espírito, persona y**

meio e o sujeito receptor pouco têm a ver com comunicações recíprocas, ou com interações simétricas que envolvem o ponto de partida das análises interacionistas.

O poder social construtivo da mídia, que explica sua capacidade socializadora, decorre da transmissão de significados (Radl Philipp, 2001a, 2001b, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b). Ao facilitar as ferramentas para a interpretação social do significado, a comunicação midiática induz, de fato, a construção da realidade social circundante. Essa posição vai mais além de uma análise das diferenças entre mulheres e homens ou uma crítica aos estereótipos existentes; parte da tese de que a mídia, a linguagem e a comunicação em geral constroem ao mesmo tempo em que reproduzem a realidade.

Ampliando essa visão, fica evidente que imagens ajustadas à realidade contêm elementos para a construção e reconstrução social diferentes que de imagens falsas, e, por conseguinte, terão um efeito social e socializador diferente. Isso é, não terão a mesma decorrência uma representação real, veraz e equitativa ponto de vista do gênero, que uma representação falsificada que coloca um super protagonismo masculino e preserva, na invisibilidade, as funções desempenhadas pelas mulheres, daí a classificação conceitual: **função ideológica regressiva** da mídia em relação aos papéis sociais de gênero (Radl Philipp, 1995, 1996, 2001a, 2001b, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b).

### 3. Socialização e influência tecnológica midiática

Os meios de comunicação modernos não são apenas transmissores neutros de informação do ponto de vista da socialização humana, eles se tornam o mecanismo mais relevante para a reprodução e construção das identidades de gênero verticais. A comunicação midiática implementa e mantém uma visão ancorada em um domínio masculino onipresente nas representações e informações, apesar de a própria realidade social apresentar parâmetros diferentes quanto aos papéis sociais de mulheres e

---

**sociedad.** Barcelona: Paidós, 1972. Lembro aqui também as contribuições de Watzlawick e Habermas sobre os dois aspectos fundamentais da comunicação, o do conteúdo e o da relação. Ver em: WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D. **Pragmática da comunicação humana.** 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

homens. Portanto, a mídia exercendo essa função ideológica regressiva em relação aos papéis sociais de gênero retratada, reproduz de forma sistemática a constelação intergênero vertical transmitindo os estereótipos androcêntricos como conteúdo socializador que se ancora nas estruturas de pensamento das pessoas, sobretudo, jovens.

Como mostram as investigações empíricas a esse respeito, os meios de comunicação de massa modernos contribuem para uma representação constantemente distorcida da realidade social por meio de uma “superrepresentação do protagonismo masculino” e uma “subrepresentação do protagonismo feminino” (Radl Philipp, 1995, 1996, 2001a, 2001b, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b; Prommer; Linke, 2019; Instituto de la Mujer, 2020). Essa questão aponta para conteúdo androcêntrico, para marcos sociais androcêntricos da realidade, que se tornam por sua vez a base ideológico-social para os processos de socialização humana que inclui também elementos simbólicos da violência contra as mulheres por não as apresentar em suas funções sociais reais, mantendo-as em situação de inferioridade social. Segundo vimos, os resultados de Prommer e Linke (2019) sobre o protagonismo masculino que verificam que os homens são as pessoas que “explicam o mundo”, sugerem também essa leitura.

A existente sub-representação das mulheres e o super protagonismo masculino na mídia, o papel subalterno das mulheres amplamente refletido também nas redes sociais e que não corresponde a seu protagonismo social, político e econômico nas sociedades, significa uma violência simbólica para com elas (Radl Philipp, 2011a, 2011b). E, além do mais, reconstrói e constrói, produz e reproduz o modelo hegemônico vertical das identidades de gênero da insignificância feminina e da masculinidade dominante de um ponto de vista das relações intergênero, e não apenas binominal de gênero que afeta a todas as pessoas nas suas identidades de gênero e tem uma força socializadora que abrange todas as pessoas.

Pois bem, na atualidade e, especialmente em relação à pandemia sanitária global sofrida, o uso das novas tecnologias da informação e comunicação tornou-se um fato extremamente característico em todas as esferas, mesmo as mais improváveis, das nossas sociedades. Ele tem aumentado gradativamente e já domina até mesmo no espaço educacional. Das necessidades por motivos de saúde, passamos para um uso ainda mais

extensivo que vem sendo promovido desde as instâncias políticas, econômicas e institucionais mais além de um uso racional, em interesses econômicos encobertos e da própria indústria tecnológica midiática. Essa já há anos se infiltra nos espaços privados e de lazer, principalmente entre os jovens e muito jovens, tentando introduzir os segmentos mais jovens, bem como os mais vulneráveis, em um consumo tecnológico midiático abusivo e quase de dependência, com razões que pouco têm a ver com os interesses de racionalizar aspectos do trabalho, saúde, suposta sustentabilidade e economia de recursos. É um fenômeno, aliás, que aflige todas as sociedades do nosso planeta.

Vivemos uma situação de domínio da informação e das relações mediadas pela tecnologia. A informação vem de fontes “indiretas”, não diretamente verificáveis pelas pessoas, como televisão, filmes, vídeos, videogames, *internet* etc. Os livros como meios escritos de informação que permitem uma análise pausada dos fenômenos estão cada vez mais deslocados em seu papel de transmissão de conhecimento e informação. Dessa forma, a informação midiática e tecnologicamente mediada que não permite aprofundar nas fontes dela, adquire conotações quase totalitárias, particularmente para os mais jovens. A saber, quanto mais jovem a pessoa que usa esses meios tecnológicos, mais difusa e irreflexivamente os conteúdos são assimilados. Daí o enorme poder socializador dos meios tecnológicos modernos e pós-modernos que, no entanto, por sua dinâmica comunicativa predominantemente unidirecional, tornam-se mais resistente à incorporação de mudanças nos significados respeito às identidades de gênero.

Ante esse panorama, a função ideologicamente regressiva da mídia e dos novos meios tecnológicos de informação e comunicação atua multiplamente do ponto de vista socializador. Por um lado, impede o avanço de atitudes, pautas e práticas igualitárias porque as mulheres não conseguem ser mostradas na mídia de acordo com as funções sociais que realmente desempenham. E, por outro, essa falsificação obstrui o caminho para transformações e resistências sociais necessárias; inclusive pode aniquilar os efeitos de políticas comprometidas com a igualdade nas relações intergênero.

Esse extremo tange a todos os grupos de gênero e têm um significado de violência simbólica para com a identidade de gênero

feminina e de outras identidades entendidas como feminilizadas ou dissidentes do modelo masculino, tomando como referência o modelo binômico hetero-cis-patriarcal no sentido semântico próprio. É esse modelo empírico que fundamenta o protótipo das identidades de gênero transmitido na mídia, nas redes e nos novos meios tecnológicos.

## Conclusões

No presente contexto analisamos o complexo temático debatendo a função ideologicamente regressiva da mídia e seu significado tão negativo, especialmente para o gênero feminino pela manutenção de modelos verticais das identidades de gênero.

Contudo, a visão construtivista interacionista defendida nesse texto, abre horizontes para reverter e enfrentar a problemática assinalada. Ela nos permite compreender os processos sociais e de socialização humana como processos em que o sujeito, como entidade ativa e construtiva que é, pode também contrariar esse efeito negativo que provém da função ideológica regressiva da mídia, ainda sendo um processo complicado e complexo. No entanto, para que isso possa acontecer, são necessárias as condições socioeducativas comunicativamente abertas, não onipresentemente opressivas e totalizantes, que proporcionam aos sujeitos margens interpretativas e proceder a esboços próprios de seus papéis sociais de gênero.

Aprofundando mais nessa questão, é certamente urgente trabalhar, educativamente com as e os jovens, o tema dos meios e meios tecnológicos da informação e comunicação, sua utilização e o significado da função ideologicamente regressiva destes em relação às identidades de gênero. As pesquisas mostram, que nem sequer os jovens universitários em titulações de educação têm consciência dessa força socializadora tão negativa (Marín, 2012). Seria preciso uma abordagem profunda dessa problemática, também no nível universitário, sem dúvida, focar formativamente o complexo temático analisado a fim de alcançar uma conscientização ao respeito, da geração jovem, mas também do professorado e das pessoas educadoras, na compreensão das repercussões da dinâmica midiática para com os papéis e identidades de gênero. É um assunto importante tendo em conta os resultados das pesquisas e o incremento geral da violência em função do

gênero no coletivo das pessoas jovens que marca a vigência do modelo das relações de gênero de domínio verticais, androcêntricas e patriarcais.

## Referências

BAUMAN, Z. **The Individualized Society**. Cambridge: Polity, 2001. Madrid: Cátedra, 2001.

BAUMAN, Z. **Liquid Modernity**. Cambridge: Polity, 2001. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2022.

COLAIZZI, G. **Feminismo y Teoría filmica**. Valencia: Episteme, 1995.

COLE, S. C. La representación mediática: teoría y método. **Psicologia da Educação**, São Paulo, n. 23, p. 1-13, dez. 2006.

FAGOAGA, C. **La violencia en los medios de comunicación**. Maltrato a la pareja y agresión sexual. Madrid: Comunidad de Madrid, 1999.

GALLEGO, J. **Mujeres de papel**. De Hola a Vogue: La prensa femenina en la actualidad. Barcelona: Icaria, 1990.

GERBNER, G. Toward “cultural indicators”: The analysis of mass mediated public message systems. **AV Communication Review**, New York, v. 2, n. 17, p. 137-148, 1969.

GERBNER, G. **Against the Mainstream. The Selected Works of George Gerbner**. New York: Peter Lang, 2002.

GERBNER, G.; GROSS, L. Living with television: The violence profile. **Journal of Communication**, Oxford University, v. 2, n. 26, p. 173–199, 1972.

HABERMAS, J. **Problemas de legitimación en el capitalismo tardío**. Madrid: Cátedra, 1999.

INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. **Estereotipos, roles y relaciones de género en**

**series de televisión de producción nacional:** un análisis sociológico. Madrid: Ministerio de Igualdad, 2020.

JUAN, M. D. **Representación de la mujer en las revistas femeninas.** 1988. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidad Complutense, Madrid, 1988.

KLAUS, E. **Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung.** Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Opladen-Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998.

MARÍN, J. G. Identidades de género en los videojuegos. Estudio de casos desde la perspectiva del simbólico colectivo del estudiantado universitario. *In:* MARÍN, J. G.; VÁZQUEZ, M. B. G. **Diálogos en la cultura de la paridad.** Reflexiones sobre feminismo, Socialización y poder. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, 2012. p. 107-123.

MAURER, M. **Agenda-Setting.** Baden-Baden: Nomos, 2017.

MCCOMBS, M. **Setting the agenda.** The mass media and public opinion. Cambridge: Polity, 2014.

MCCOMBS, M.; LLAMAS, J. P.; LOPEZ-ESCOBAR, E.; REY, F. Candidate images in Spanish elections. Second level agenda-setting effects. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, n. 74, p. 703-717, 1997.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. L. The agenda-setting function of the mass media. **Public Opinion Quarterly**, n. 36, p. 176-187, 1972.

MEAD, G. H. **Espíritu, Persona y Sociedad.** Barcelona: Paídos, 1972.

MENÉNDEZ, M. I.; ZURIAN, F. Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy. **Anagramas**, Colombia, v. 13, n. 25, p. 55-72, 2014.

MULVEY, L. Visual Pleasure and Narrative Cinema. Film Theory and Criticism: *In:* BRAUDY, L.; COHEN, M. (ed.). **Introductory Readings.** Oxford: University Press, 1999. p. 833-844.



MULVEY, L. Visual pleasure and narrative cinema. **Screen**, Oxford, v. 3, n. 16, p. 6–18, 1975.

PHILIPP, R. M. R. La nueva identidad del género femenino en los debates de la televisión. *In*: PHILIPP, R. M. R.; NEGRO, M. G. **Carme. As Mulleres e os Cambios Sociais e Económicos**. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 1995. p. 77-96.

PHILIPP, R. M. R. Los medios de comunicación de masas y sus imágenes femeninas. *In*: GARCIA DE LEON, M. A. *et al.* **Sociología de las mujeres españolas**. Madrid: Complutense, 1996. p. 367-384.

PHILIPP, R. M. R. Los medios de comunicación de masas y las imágenes en función del género: sobre la influencia socializadora de la televisión. *In*: MUÑOZ, B. **Medios de comunicación y cambio cultural**. Madrid: Comunidad de Madrid, 2001a. p. 93-121.

PHILIPP, R. M. R.; VÁZQUEZ, M. B. G.; MARÍN, J. G. Influencia mediática televisiva, dinámica familiar y roles de género. Algunos datos empíricos sobre la situación de los adolescentes. *In*: PHILIPP, R. M. R. **Cuestiones actuales de Sociología del Género**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS, 2001b. p. 297-319.

PHILIPP, R. M. R. Die Medien als Vermittler von symbolischer Gewalt gegen Frauen. Fernsehsendungen in Spanien. **Konsens**, Berlin, n. 2, p. 40-43, 2011a.

PHILIPP, R. M. R. Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio televisivo. **Revista Latina de Sociología**, v. I, n. 1, p. 156-181, 2011b.

PHILIPP, R. M. R. Medios, nuevos medios tecnológicos de la comunicación y de la información y nuevas identidades de género. *In*: BONAL, XAVIER, DÍAZ, CAPITOLINA y LUQUE, DAVID. **XVI Conferencia de Sociología de la Educación: La Educación en la Sociedad Global e Informacional**, Madrid: Universidad Complutense, Asociación de Sociología de la Educación, 2012a. p. 15-25.

PHILIPP, R. M. R. Identidades de género, medios y nuevos medios tecnológicos de la comunicación. *In*: MARÍN, J. G. **Postmodernidad e**

**novas redes sociais.** Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, 2012b. p. 21-34.

PROMMER, E.; LINKE, C. (ed.). **Ausgeblendet.** Frauen im deutschen Film und Fernsehen. Köln: Herbert von Halem Verlag, 2019.

ZOONEN, L van. Rethinking Women and the News. **European Journal of Communication**, n. 3, p. 35-53, 1988.

ZOONEN, L. van. **Feminist Media Studies.** London: Sage, 1994.