

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

AS REPRESENTAÇÕES DA MULHER NO ESTILO MUSICAL SERTANEJO UNIVERSITÁRIO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE CAPITALISTA DO SÉCULO XXI

Karla Oliveira Kian (PIBIC, Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá-PR, Brasil); Dr. Álvaro Marcel Palomo Alves (Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá-PR, Brasil).

contato: kiankarla.o@gmail.com

Palavras-chave: Psicologia Sociohistórica. Marxismo. Representação de gênero. Mídia. Música sertaneja.

Este estudo parte do referencial sóciohistórico e tem como objetivo interpretar a construção de identidade de gêneros e do machismo com base na divisão sexual do trabalho (a base da sociedade capitalista), relacionando as representações da mulher no estilo musical sertanejo universitário – e as relações que a atravessam – com a alienação na perspectiva marxista. O questionamento inicial da pesquisa foi se as representações da mulher nessas músicas contribuem com a manutenção de valores patriarcais na sociedade capitalista do século XXI. O interesse pelo tema partiu da consideração de vários trabalhos recentes que apontam para a reprodução de valores patriarcais e da exacerbada erotização da mulher na mídia (BERNARDES, CARLOS & ACCORSSI, 2015; FABIANO, 2008; SAFFIOTI, 2001) e concomitantemente da percepção da expressiva e crescente visibilidade do sertanejo universitário nesse contexto.

A metodologia aplicada teve caráter exploratório com base na epistemologia qualitativa de Gonzales Rey (2009). As músicas analisadas foram selecionadas a partir da fonte de dados do ECAD¹ pelo critério de maior audiência, sendo: *Ai se eu te pego*, interpretada por Michel Teló: música mais tocada em shows no ano de 2012; *Camaro amarelo*, interpretada por Munhoz e Mariano: música mais tocada em shows, a quinta mais executada em casas de festas no ano de 2013; *Piradinha* interpretada por Gabriel Valim: a quinta música mais tocada em casas de festas no primeiro trimestre de 2014, sendo a mais tocada no estilo sertanejo universitário. Na perspectiva sóciohistórica a análise de veículos

¹ **ECAD:** Instituição privada, sem fins lucrativos, instituída pela lei 5.988/73 e mantida pela Lei Federal 9.610/98 e 12.853/13, centraliza a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical.

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

mediáticos (programas de TV, filmes, músicas e comerciais de produtos) não se refere à discussão do objeto em si, no seu significado (restrito à semântica), mas ao seu processo dialético de constituição como produto histórico e social (mediado por particularidades e, portanto, carregado também de sentido): do singular para o universal, do universal para o singular (AGUIAR; OZELLA, 2006).

Toda investigação, desde o seu início, é um ato interpretativo. Nesta análise buscamos a compreensão do sujeito em sua gênese social na construção de seus objetos, entendendo-os, portanto, como produto histórico e social, e transcendendo os seus significados semânticos (mais restritos e objetivos) em direção aos sentidos (mais amplos e mediados por suas particularidades), principiando pelo levantamento dos pré-indicadores e indicadores. Iniciamos a análise com a leitura flutuante na busca pelos pré-indicadores para formação dos indicadores e posterior construção dos núcleos de significação, considerando: frequência, importância, carga emocional, ambivalências e contradições. Propomos o levantamento de sete indicadores, sendo: Relações reificadas e valorização de mercadorias; A mulher como objeto de satisfação do prazer; A valorização da satisfação do desejo e do prazer imediato; Necessidade estética e culto ao corpo; Mercado do prazer (música, festa e drogas); Banalização do sexo e da sexualidade; Outro (Indefinido), ordenados pelo critério de frequência. A caracterização dos indicadores pela importância pode estar relacionada à frequência (por estar em maior evidência, a primeira vista) e à carga emocional presente, mas para o último é essencial perceber a entonação da fala dos sujeitos. Os indicadores foram organizados, de acordo com os objetivos e com o referencial teórico, em três núcleos de significação, sendo: 1. Relações reificadas; 2. Prazer; 3. Afeto.

Partindo da perspectiva materialista-histórica dialética, as formas de organização e reprodução da vida material – a transformação da natureza pelo ser humano, por meio de sua atividade trabalho – condicionam os aspectos gerais da vida humana: do estilo de vida de cada época, das relações afetivas, dos valores morais, das estruturas familiares, da estética e padrões de beleza, da religião e da política, das atribuições dos papéis sociais para cada indivíduo (MARX; ENGELS, 2007; MARX, 2013). Nesta perspectiva, a constituição da personalidade dos sujeitos se dá *na relação* com o aspecto material da vida, não se trata, portanto, da sobreposição do objetivo pelo subjetivo, nem vice-versa, mas da interdependência de ambos numa relação (SAFFIOTI, s.d.). Entende-se também o aspecto biológico como um fator e não determinante para a constituição do psiquismo humano, pois,

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

são especificamente as funções de cunho social (como a linguagem, o pensamento, a abstração, a memória e a criatividade) que diferenciam os seres humanos dos animais (VYGOTSKI, 2004; LEONTIEV, 2004).

Marx (2013) nos alerta para o fato de que a compreensão da realidade tende a ser velada pela pobreza das análises limitadas ao aparente que negligenciam dados históricos e o determinante social das relações humanas. Assim, podemos compreender a alienação como um processo que extrai da humanidade a autoria de suas ações (materiais ou simbólicas), as naturaliza, e atribui suas origens a seres externos e independentes aos seres humanos, como no caso da religião. Nas sociedades organizadas a partir da propriedade privada, a alienação ganha nova dimensão: a exploração do ser humano pelo ser humano ganha cada vez mais caráter natural. No capitalismo, as relações sociais serão mediadas pela mercadoria, o objetivo final do trabalho se volta para produção de valores-de-troca e o acúmulo de riquezas materiais (LESSA; TONET, 2011).

O espaço desvalorizado da mulher na sociedade capitalista tem bases na divisão sexual do trabalho: a mulher e a criança foram tomadas pelos capitalistas no século XVIII, com a inserção da grande maquinaria na indústria, como mãos-de-obra baratas para maximização dos lucros e do grau de exploração da classe trabalhadora (MARX, 2013). Além disso, historicamente as mulheres foram (e ainda são) privadas dos espaços e atividades públicas, socialmente mais valorizadas, de modo que o cuidado dos serviços domésticos e dos cuidados dos filhos (atividades não lucrativas) lhe foram (e são) impostos. E mesmo com avanços e conquistas pela emancipação das mulheres, ainda é forte e persistente o movimento de reposição de papéis sociais e da reprodução de desigualdades a favor do capital. De acordo com Leontiev (2004) os detentores dos meios de produção detêm também os meios de controle e difusão da cultura. Compreendemos, assim, que a mídia tem papel fundamental na manutenção de valores patriarcais. O patriarcado é um *sistema de violência e de dominação estrutural* contra a mulher, isto é, coletivamente determinado e transcendente da dimensão individual das relações. As diferenças de gênero – e a inferioridade da mulher no contexto capitalista – são social e historicamente construídas e mantidas por relações de poder. Tais relações de poder, no entanto, também não são favoráveis ao homem, embora ele ocupe um lugar de privilégios. A rígida normatização de gênero também faz duras exigências ao sexo masculino: o modelo ideal de homem viril, forte e provedor (SAFFIOTI, 2001). Entendemos que o patriarcado, no contexto capitalista, legitima a violência contra a mulher e em última

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

instância, a morte de mulheres. O femicídio se refere aos assassinatos de mulheres pelo fato de serem mulheres, sendo entendida tal violência como estrutural, universal e mantida por relações de poder pautadas no patriarcado (PASINATO, 2011).

Em nossa análise, as representações da mulher nas músicas do estilo musical sertanejo universitário se equipararam às mercadorias de desejo: a serem conquistadas (adquiridas) e consumidas com a finalidade de satisfação do prazer sexual do homem. As interpretações dos cantores – nos shows e videocliques – se voltam para a erotização dos corpos, principalmente das mulheres, fazendo menções diretas ao ato sexual atravessado pelas relações de poder. Os termos dirigidos à mulher evidenciam o caráter de “coisa” e não de pessoa: “ai se eu te pego” (*Ai se eu te pego*), “agora vou escolher, tá sobrando mulher” (*Camaro Amarelo*) e “todo mundo quer pegar” (*Piradinha*); assim como a valorização (ou depreciação) do homem de acordo com suas posses materiais: possuir carro importado e roupas de grife garante a ele um lugar de admiração e respeito. Concordamos com Saffioti (2001) que as relações de poder são incompatíveis com o verdadeiro prazer, pois este só é possível nas relações entre pares de igualdade (e não de dominação). Nas músicas fica evidente o caráter de reificação das relações, ou seja, a favor do capital e contra a emancipação humana, pois coloca homens contra mulheres (a dizer, trabalhadores contra trabalhadoras). A manutenção dos princípios patriarcais e das relações reificadas contribui com a naturalização dos papéis postos e repostos, negando o caráter histórico e social de suas construções. Nesse contexto, a mídia funciona como um instrumento para despertar emoções em seus receptores com o objetivo de que estes compreendam a sua mensagem, ou seja, o afeto é mobilizador da ação, é a *potência* de agir, portanto, o afeto tem a dimensão subjetiva, mas deve ser compreendido na sua relação com o aspecto objetivo (ESPINOSA, 1957 apud SAWAIA, 2009).

Referências

AGUIAR, W. M. J; OZELLA, S. Núcleos de significação como instrumento para a apreensão da constituição dos sentidos. **Psicol. cienc. prof.** [online]. 2006, vol.26, n.2, pp. 222-245. ISSN 1414-9893.

BERNARDES, J. G; CARLOS, P. P; ACCORSSI, A. Funk: engajamento juvenil ou objetivação feminina?. **Revista Inter Ação**, [S.l.], v. 40, n. 2, p. 355-368, ago. 2015. ISSN 1981-8416.

V SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

18 a 19 de Fevereiro de 2016

BUENO, C. M. L. B. O papel das representações sociais e da educação para o desenvolvimento da identidade de gênero. **Revista Brasileira Desenvolvimento Humano**, [S.l.], 16(3), p. 92-103, 2006.

CIAMPA, A. C. (1988). **Identidade**. In LANE, S. T. M.; CODO, W. (Orgs), *Psicologia: o homem em movimento* (pp. 58-75). São Paulo: Brasiliense.

FABIANO, L. H; **Narrativas Publicitárias: Mídia E Formação Social**. In SILVA, A. C. T.; NEVES, F. M.; MESTI, R. L. (Orgs), *Educação, comunicação e mídia. (Formação de Professores –EAD; vol. 35)*. Maringá: Eduem, 2009.

FURTADO, O. O psiquismo e a subjetividade social. In: BOCK, A. M. B. (Org.). **Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica m psicologia**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2007, pp. 75-94.

LEONTIEV, A. **O desenvolvimento do psiquismo**. 2ª ed. São Paulo: Centauro, 2004. Tradução: Rubens Eduardo Frias

LESSA, S. **Abaixo a família monogâmica**. 1ª ed. São Paulo: Instituto Lukács, 2012.

LESSA, S.; TONET, I. **Introdução à Filosofia de Marx**. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

MARX, K. **Primeiro Manuscrito: trabalho alienado**. in: *Manuscritos Econômico-Filosóficos. 1844, 2007*. Tradução: Alexandre Moreira Oliveira.

MARX, K. **O Capital, volume 1**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

PASINATO, W. "Femicídios" e as mortes de mulheres no Brasil. **Cad. Pagu**. Campinas, n. 37, p. 219-246, Dec. 2011.

SAWAIA, B. B. Psicologia e desigualdade social: uma reflexão sobre liberdade e transformação social. **Psicologia & Sociedade**. 21 (3): 364-372, 2009.

SAFFIOTI, H. I. B. **Violência de gênero: o lugar da práxis na construção da subjetividade**. [s. l.]. [s. d]. pp. 59-79.

TULESKI, S. C. **Vygotski: a construção de uma psicologia marxista**. 2ª ed. Maringá: Eduem, 2008.

VAZQUEZ, A. S. **Ética**. Barcelona: Editorial Crítica. 1969, 1984.

VYGOTSKY, L. **A transformação socialista do homem**. 1930, 2004. Tradução: Nilson Dória.