

## TIPO UMA MENINA ESTEREÓTIPO FEMININO E FORMAS DE SUBJETIVAÇÃO

PATRÍCIA TRINDADE<sup>1</sup>  
MARILEI GRANTHAM<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio Grande – p\_trindade@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande – grantham@vetorial.net

### 1. INTRODUÇÃO

Este estudo filia-se à Análise do Discurso de linha francesa, teoria que surgiu na França na década de 60, tendo como precursor Michel Pêcheux e que vem sendo difundida por Eni Orlandi, no Brasil. É considerada uma disciplina de entremeio, que se estrutura no espaço entre a Linguística e as Ciências de Formações Sociais. Ela foi pensada, de acordo com PÊCHEUX (1999, p. 14), como uma “disciplina de interpretação”, capaz de construir procedimentos que expõem o olhar-leitor a níveis opacos e à ação estratégica de um sujeito. Para ENI ORLANDI (2007, p. 16), os estudos discursivos visam a pensar o sentido dimensionado no tempo e no espaço das práticas do homem, descentrando a noção de sujeito e revitalizando a autonomia do objeto da Linguística.

A proposta, em Análise do Discurso, conforme lembra ENI ORLANDI (1999, p.59) é a da construção de um dispositivo de interpretação cuja característica é colocar o dito em relação ao não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro”. Desta forma, procura-se ouvir, naquilo que o sujeito diz, o que ele não diz, mas que constitui igualmente o sentido de suas palavras.

O trabalho tem como objeto de estudo as questões do sentido, pensando-as pelo viés da noção de estereótipo, o qual é tomado em uma perspectiva discursiva.

Com este objetivo, propomo-nos a examinar um vídeo da P&G, produzido em uma campanha para venda da marca de absorventes Always, no qual se realiza uma interessante reflexão sobre o que seria fazer coisas “Tipo uma menina”. O vídeo mostra uma audição em que foram convidadas várias pessoas – mulheres e homens adultos, meninos e meninas – a encenar situações que eram descritas assim: correr como uma menina, lutar como uma menina, arremessar uma bola como uma menina.

### 2. METODOLOGIA

O presente estudo é parte da monografia de especialização da autora que foi desenvolvida na cidade de Rio Grande, Rio Grande do Sul-Brasil. O procedimento metodológico adotado, sob a perspectiva da Análise do Discurso, nos permite passar do dispositivo teórico para o dispositivo analítico, valendo-nos da noção de sequências discursivas de referência, as quais, neste estudo, foram constituídas pelos enunciados que materializam as solicitações feitas aos entrevistados sobre o que seria agir “tipo menina” em situações como: correr como uma menina, lutar como uma menina, jogar bola como uma menina. Tais solicitações desencadearam todos os gestos de interpretação realizados. Nas sequências discursivas, analisamos então os efeitos de sentido produzidos por diferentes sujeitos em torno da questão “tipo menina”.

Exemplo:

#### RECORTE 1: DELICADEZA EXCESSIVA

Neste recorte, reunimos duas sequências discursivas, nas quais se produz o efeito de sentido que estamos denominando de “delicadeza excessiva”.

SD1



SD2



O exame dessas imagens nos mostra que, diante da solicitação para “correr tipo uma menina”, as entrevistadas assumem atitudes como: correr com as mãos espalmadas; correr na ponta dos pés, sem sair do lugar; correr com uma expressão facial que nada tem a ver com a de quem está praticando uma corrida.

Desta forma, tudo nessas imagens produz um efeito de sentido de uma delicadeza excessiva. Tais representações, na nossa perspectiva, (re) produzem o estereótipo que relaciona a mulher à imagem de fragilidade e de “frescura”.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Percebemos, através do exame do vídeo, metodologicamente analisado sob a forma de sequências discursivas, que a normalização da dicotomia “homens versus mulheres” acaba fundando uma forma de pensamento na qual há um jeito de ser feminino e outro de ser masculino. Desse modo, constatamos que há comportamentos, falas, gestos, posturas físicas, além de atividades e funções, que são entendidas como adequadas para cada gênero. Essas características físicas e comportamentais produzem um imaginário social e produzem sentidos que passam a ser repetidos e tidos como únicos.

### 4. CONCLUSÕES

A análise do corpus revelou a idealização de uma figura mental, uma representação imaginária sobre o que, para os entrevistados, a figura feminina representa no mundo real. É essa formação imaginária que levou os entrevistados a reproduzirem um discurso dominante na sociedade, o estereótipo da menina ou mulher como o sexo frágil. Pudemos constatar que o estereótipo produz o aprisionamento da mulher em modelos que tentam “encaixá-la” em padrões considerados normais: delicada, frágil, “fresca”, incompetente. Tais características delineiam a inferiorização da mulher, atestando uma ilusória dependência e passividade quando comparada à racionalidade do homem, à liberdade de ação e à participação social. É assim que o estereótipo funciona discursivamente: produz um saber, um já-lá que retorna nos discursos, que são repetidos indefinidamente e aceitos sem contestação, o que produz um efeito de verdade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- PÊCHEUX, M. **Papel da memória**. In: ACHARD, Pierre et al. (Org.). **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 1999.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, São Paulo, 1999.