

Quebrando estereótipos e rompendo preconceitos na sala de aula

DANIELA JAKUBASZKO*

Resumo

Este texto se preocupa em contribuir para a reflexão que torna possível a identificação e ruptura dos estereótipos sociais que dão origem a preconceitos e ações discriminatórias. Com base nos estudos de Walter Lippmann, Agnes Heller, Adam Shaff e Eclea Bosi, pretende-se discutir os conceitos de estereótipo e preconceito, buscando entender o que são e porque se formam. Para entender melhor o estereótipo temos que refletir sobre três elementos que a ele se ligam: a linguagem, o cotidiano e o senso comum. É no plano da linguagem - do diálogo e das práticas de linguagem - que se deve estudar e se pode romper e desconstruir os estereótipos, tomando consciência da própria formação discursiva. O texto oferece, ainda, algumas sugestões para trabalhar o conceito na sala de aula e para ampliar o repertório de textos e referências a serem debatidas com os alunos.

Palavras-chave: linguagem; comunicação; estereótipo; preconceito; diversidade; diálogo.



* **DANIELA JAKUBASZKO** é professora da Escola de Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul; Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP).

Introdução

“Como podemos encontrar o caminho das coisas se já nos disseram tudo antes que a experimentássemos? Como nos salvar dos preconceitos penetrantes que governam nosso processo de percepção? Onde começam as nossas ideias sobre as coisas? Por que as aceitamos? Como chegaram até nós?”

Ecléa Bosi

“Estar atento significa estar disponível ao espanto. Sem espanto não há ciência, não há criação artística. O espanto é um momento do processo de pesquisa, de busca. Essa postura de abertura ao espanto é uma exigência fundamental ao educador e à educadora. (...) O espanto não é o medo que ele tem nem coisa de ignorante. O espanto revela a busca do saber.”

Paulo Freire

2

Há diversos filtros entre o mundo e o ser que o observa. Essa filtragem forma e modifica a nossa percepção dos acontecimentos e a nossa relação com o que nos envolve e com as pessoas: o contato nunca é direto, é sempre mediado pela linguagem, que não é neutra.

Além disso, dos inúmeros universos discursivos existentes, quantos conhecemos em profundidade? Que falar da relação entre eles! O que podemos fazer é reconhecer que do mundo vemos sempre uma pequena parte. Como ressalta Lippmann “cada um de nós vive e trabalha numa pequena parte da superfície da Terra, move-se num pequeno círculo, e destas coisas familiares conhece somente alguns intimamente. Das ocorrências públicas que têm largos efeitos vemos, na melhor das hipóteses, somente uma fase e um aspecto.” (2010: 83). É este o pequeno espaço que temos para construir nossa autoimagem, nossa visão de mundo e formular nossas opiniões.

Podemos iniciar na sala de aula um processo de desconstrução, talvez, do que Bourdieu chamou de “olhar pré-construído”, dos aspectos que a cultura já estabeleceu e definiu para nós e nos é transmitido por meio da linguagem, dos

discursos. Segundo o cientista social: “a força do pré-construído está em que, achando-se inscrito ao mesmo tempo nas coisas e nos cérebros, ele se apresenta com as aparências da evidência, que passa despercebida porque é perfeitamente natural. A ruptura é, com efeito, uma conversão do olhar”. (BOURDIEU, 1989: 49).

O reconhecimento e o questionamento dos estereótipos é uma conversão do olhar e é o início do processo de ruptura com o pré-construído. Para isso, temos que refletir: o que são e como se formam os estereótipos? Como funcionam no cotidiano? Como identificar os interesses que fortalecem a manutenção de estereótipos? Como se relacionam com os preconceitos? Eles participam da construção das representações sociais, do senso comum e da formação opinião pública e consensos sociais? Quando a escola, a mídia e a internet reforçam ou questionam os estereótipos?

Para nós, dos estudos da linguagem e da semiótica, interessa ver como essa construção se opera por meio das linguagens e dos discursos do ambiente social. Se é por meio da linguagem que os estereótipos e preconceitos são transmitidos, será também por meio de

seu estudo que faremos as rupturas necessárias. Este texto se preocupa em contribuir para a reflexão que torna possível a identificação e ruptura dos estereótipos sociais que dão origem a preconceitos e ações discriminatórias.

O que são os estereótipos?

Estereótipos são generalizações operadas pelo pensamento e pela linguagem humana. São como moldes em que se encaixam visões de mundo; são rótulos, tipos, hábitos e comportamentos que reconhecemos e reproduzimos facilmente, automaticamente. Eles são transmitidos por meio da linguagem, dos discursos sociais, assimilados, na maior parte das vezes, de maneira inconsciente. Isso porque repetimos as tais categorias e padrões que herdamos das gerações anteriores sem refletir. De acordo com Lippmann,

“na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos. Na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura.” (2008: 85).

E por que fazemos isso? Para que servem os estereótipos afinal? De um lado, funcionam como um mecanismo de reconhecimento fácil que simplifica nossa ação cotidiana; de outro, podem reforçar preconceitos e ações discriminatórias, fomentando relações assimétricas de poder em nossa sociedade.

Isso porque “os estereótipos estão, portanto, altamente carregados com os sentimentos que estão presos a eles. São

as fortalezas de nossa tradição, e atrás de nossas defesas podemos continuar a sentir-nos seguros na posição que ocupamos.” (LIPPMANN, 2008: 97). É como uma falsa percepção social, mas que de tão repetida e útil se torna a versão correta a ser abraçada e reproduzida. Assim naturalizam-se os estereótipos e preconceitos: “O estereótipo nos é transmitido com tal força e autoridade que pode parecer um fato biológico” (BOSI, 2003:117). Parece ou não parece um fato biológico que o nascimento das meninas seja associado com a cor rosa e o dos meninos com azul?¹ E por que esse olhar, essa impressão, se fixa? Para entender melhor o estereótipo temos que refletir sobre três elementos que a ele se ligam: a linguagem, o cotidiano e o senso comum.

Linguagem e estereótipo

Para saber organizar a vida e o mundo, o ponto de partida é a observação, descrição e compreensão desse mundo. Para observar, descrever e compreender é preciso ter conceitos e categorias: utilizar a capacidade de generalizar, de ver num amontoado de coisas, pessoas e acontecimentos um sentido, e de buscá-lo por meio de semelhanças e contrastes, de separar e reunir todos esses elementos em conjuntos, em universos.

¹ Há reportagens que localizam o fenômeno como um hábito estimulado pelo marketing no início do século XX - <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/por-que-rosa-e-cor-de-menina-e-azul-de-menino>; alguns contam que inicialmente as cores seriam invertidas: rosa para meninos e azul para meninas - <http://www.papodehomem.com.br/por-que-voce-nao-usa-roupa-rosa/> e <http://opinioenoticia.com.br/cultura/livros/livro-revela-que-rosa-ja-foi-cor-de-menino-e-azul-de-meninas/> (Acessos em: 15.12.14).

Assim, vivemos na via láctea, num pequeno sistema solar, orbitando em volta de uma estrela de 5ª grandeza. Somos uma espécie de primatas cooperando e competindo entre si e com as incontáveis formas de vida que também habitam este planeta chamado Terra. Vale frisar: esta visão de mundo é atual e válida para um dado tempo, num determinado espaço. Sim, porque nem sempre este conhecimento esteve à nossa disposição. A cosmovisão na idade média, como se sabe, era outra. A terra era o ponto centro do universo e o sol orbitava ao seu redor. Quando Copérnico e Galileu questionaram a validade dessa realidade geocêntrica afirmada pelas escrituras sagradas, sofreram graves consequências, chegaram perto da fogueira por ter abalado a crença que sustentava a organização sociopolítica da época². De acordo com Ribeiro (1986: 15),

É óbvio, por exemplo, que todo santo dia o sol nasce, se levanta, dá sua volta pelo céu, e se põe. Sabemos hoje muito bem que isto não é verdade. Mas foi preciso muita astúcia e gana para mostrar que a aurora e o crepúsculo são tretas de Deus. Não é assim? Gerações de sábios passaram por sacrifícios, recordados por todos,

porque disseram que Deus estava nos enganando com aquele espetáculo diário. Demonstrar que a coisa não era como parecia, além de muito difícil, foi penoso, todos sabemos.

É interessante observar, por exemplo, como a expressão “pôr do sol” guarda a memória do paradigma geocêntrico. A linguagem também é memória; guarda informação e transmite história por meio da transformação de suas palavras, expressões, textos e discursos. E normalmente não estamos atentos à bagagem que as palavras e expressões carregam.

Mas, voltando à discussão, estas são apenas as duas visões de mundo mais conhecidas entre nós, de uma mesma tradição civilizatória. Se buscarmos entre outras culturas, encontraremos exemplos de diferentes formas de descrever e organizar o mundo em conjuntos e categorias. A classificação, por exemplo, dos reinos animais e vegetais, elaborada pela biologia corresponde à realidade ou é apenas uma maneira possível de descrevê-la? Ou, ainda, descrevendo o mundo animal desse modo, o constrói como realidade?

Nomeando e classificando o mundo, criamos narrativas e teorias que nos ajudam a compreender o mundo, a agir nele, a levá-lo adiante. A escolher e a justificar nossas tomadas de decisões. Do mesmo modo, para nomear e classificar, precisamos nos apoiar em narrativas e teorias. São os textos e discursos que materializam visões de mundo, refletindo e refratando a realidade. E se há diferenças quanto a uma observação “objetiva” do mundo, que acontecerá quando essa observação recair sobre aspectos da organização social!

Por exemplo, a visão de que a natureza é uma força a ser domada, uma riqueza

² Esta mudança paradigmática foi tão violenta que Freud a denominou de trauma, ou primeira ferida narcísica da humanidade. As outras duas seriam o evolucionismo darwinista – que desconstruiu o criacionismo – e a descoberta do inconsciente, revelando que o homem não tem pleno controle e/ou consciência das razões que motivam suas ações. A primeira ferida narcísica é tão profunda que em pleno século XX alguns grupos ainda questionavam a validade da teoria heliocêntrica. Sobre tais assuntos ver: Os choques da civilização de Sérgio Paulo Rouanet <http://www.academia.org.br/abl/cgi/Cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1785&sid=394> e <http://revistadominios.com.br/index.php/materia/s/detalhes/170/cotidiano-as-tres-feridas-narcisicas-da-humanidade> (Acesso em 15.12.14).

criada para nos servir, assim como a de que o progresso técnico e tecnológico é sinônimo de evolução serviu de base para a exploração das riquezas naturais, a tal ponto que se impõe sobre nós a possibilidade de esgotamento desses recursos. Não é à toa, portanto, que antigas cosmovisões indígenas, da “terra-mãe”, que buscam uma relação de respeito e reverência à natureza, retornam com força na atualidade para combater a mentalidade predatória que coloca em risco a vida no planeta³.

Por tudo isso a linguagem não pode ser considerada uma mera ferramenta, um código para comunicação somente. Ela não apenas torna possível a comunicação, já que criando uma imagem da realidade se constrói como sistema de representações e, no processo de aquisição e reprodução desse sistema, ela forma a nossa percepção do mundo: se estamos numa terra redonda, oval ou quadrada. Se precisamos domar ou respeitar a natureza. Há diferentes possibilidades de representações e nenhuma delas é neutra, pois cada uma delas se liga a um sistema de crenças e conhecimentos, e estão todas carregadas dos valores sociais e das histórias que as construíram. Conforme Bourdieu, “as categorias de percepção do mundo social são, no essencial, produto da incorporação das estruturas objetivas do espaço social.” (BOURDIEU, 1989: 141).

É que a palavra não se aprende fora do convívio social: é preciso passar pelo processo da educação social e receber o

conhecimento e a experiência acumulada das gerações anteriores, e fazer isso também por meio da linguagem. Ela faz as pontes entre o passado, o presente, o futuro; os espaços; as gerações e o mundo. Vai se tornando mais e mais refinada e complexa à medida que surgem novos campos de atuação, e novos universos discursivos vão emergindo.

De acordo com Bakhtin, toda atividade humana é acompanhada por um gênero discursivo específico, o qual se constrói de modo a estabilizar formas típicas. Assim se constituíram, ao longo do tempo, os inúmeros universos discursivos como, por exemplo, o discurso jurídico, o discurso médico, o discurso científico, o discurso da imprensa, o discurso artístico e assim por diante. À medida que o repertório das atividades humanas aumenta, crescem também as manifestações discursivas correspondentes. Sua capacidade geracional é tão inesgotável quanto a capacidade criativa humana.

Essa “função cumulativa da linguagem”, para usar os termos de Lefébvre (1966), ou “a linguagem como função estruturada e estruturante da sociedade” conforme proposto por Bourdieu (1989), nos permite atualizar constantemente o presente e gerar um novo ponto de partida para continuar a reformular e a proporcionar novas aquisições.

(...) produzimos as categorias segundo as quais construímos o mundo social e que estas categorias produzem o mundo. De facto, os esquemas de percepção e apreciação que estão na origem da nossa construção do mundo social são produzidos por um trabalho histórico coletivo, mas a partir das próprias estruturas deste mundo: estruturas estruturadas, historicamente construídas, as

³ Uma animação no YouTube, o curta “Man” (3’36”), de Steve Cutts, ilustra bem a relação predatória que mantemos com a natureza, provocando o esgotamento dos recursos naturais, a destruição do meio-ambiente e o excesso de lixo. Os alunos costumam adorar: <http://www.youtube.com/watch?v=WfGMYdal> CIU (Acesso em 20 de novembro de 2014).

nossas categorias de pensamento contribuem para produzir o mundo, mas dentro dos limites de sua correspondência com as estruturas preexistentes. (BOURDIEU, 1989: 238).

Para usar um exemplo banal, a realidade hoje da internet não seria possível sem o acúmulo da invenção e experiência dos outros meios como telefone, telex, fax. A era digital não existiria sem que passássemos pela era analógica. E isso é válido para todos os campos. Das ciências, da medicina, das artes, etc. Inclusive nos discursos que circulam no senso comum, como a temática da homossexualidade na telenovela brasileira que levou mais de duas décadas propondo a discussão sobre o assunto antes de chegar à representação de um beijo gay⁴, em 2014, no horário nobre da TV aberta.

Esse é o *continuum* da comunicação, sempre ressaltado por Bakhtin quando afirma que cada forma de comunicação faz referência às anteriores ao mesmo tempo em que servirão de referência das posteriores; é um elo entre as formas anteriores e futuras: “cada enunciado é um elo na corrente ininterrupta da comunicação discursiva” (BKH, 2006: 289). O diálogo é a base da comunicação e do desenvolvimento discursivo.

Assim, Bakhtin evidencia que a consciência é um fato sócio-ideológico,

⁴ Vale mencionar que, presente desde a década de 70 na telenovela, a maioria das personagens homossexuais foram representadas de forma estereotipada até a década de 90. Ainda que a estereotipia persista em alguns casos, já há registros de representações não estereotipadas. Para um histórico conferir: COLLING, Leandro. Personagens homossexuais nas telenovelas da Rede Globo: criminosos, afetados e Heterossexualizados <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Personagens%20homossexuais%20nas%20telenovelas.pdf> (Acesso em 15.12.14).

pois só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos. A lógica da consciência é a mesma lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Os signos só emergem a partir da interação entre consciências: o valor do signo é sempre um valor social. Vemos que a linguagem é um terreno interindividual e a consciência é intersubjetiva.

Em síntese, a linguagem se situa como um terreno interindividual, como mediadora entre o homem e o mundo, entre o concreto e o abstrato entre o natural e o cultural. A linguagem foi e é socialmente modelada na prática social, e ao mesmo tempo em que influencia o comportamento dos homens e o desenvolvimento da cultura e do conhecimento, recebe influência em retorno e evolui como resposta. Ela é sem dúvida um dos elementos da cultura, e é também é sua co-criadora.

Nesse contexto, já que as linguagens organizam o pensamento humano e dão suporte à produção de conhecimento, atuando de forma a modelar o mundo e a realidade em que se inserem, os estereótipos funcionam como generalizações operadas pela linguagem.

Dentre as generalizações transmitidas pelas linguagens estão os conceitos, os estereótipos e os preconceitos. Todos eles são formas padronizadas que simplificam as informações, os processos de entendimento e de comunicação. São “abstrações” que generalizam os fenômenos a partir fragmentos de realidade.

Basicamente, a diferença entre conceito e estereótipo reside no caráter valorativo e afetivo que os estereótipos carregam. Enquanto os conceitos se moldam a partir de uma tendência

objetiva e descritiva, os estereótipos se reproduzem por meio dos aspectos valorativos de base emocional. Já os preconceitos são como cristalizações dos estereótipos e que podem levar a práticas discriminatórias, incluindo ações de violência.

Vale ressaltar que grande parte das generalizações – inclusive os conceitos – são juízos provisórios, modificando-se com o tempo e as condições sociais. Até porque se reproduzem, sobretudo, na esfera da vida cotidiana.

Cotidiano e estereótipo

É compreendendo, também, as dinâmicas e características da vida cotidiana que poderemos entender melhor o que são os estereótipos. Kosik define a cotidianidade como um mundo

(...) em cujo ritmo regular o homem se move com uma instintividade mecânica e com o sentimento da familiaridade (...). Para que possa ser homem tem de executar automaticamente várias ações vitais. Estas ações são tanto mais perfeitas e tanto mais benéficas ao homem quanto mais perfeitamente se automatizarem e quanto menos passarem através da consciência e da reflexão. (KOSIK, 1985: 76).

A vida cotidiana é feita de ação e percepção. Na rotina alucinante não há tempo para reflexão científica que sirva de fundamento às nossas ações cotidianas. Nosso espaço de atuação é um pequeno mundo, finito, que cabe num reduzido círculo de experiências. Como já afirmamos, do mundo conhecemos apenas uma superfície: não há tempo para conhecimento íntimo e profundo das coisas, acontecimentos e experiências. Antes de tudo, é a necessidade pragmática que se impõe e faz prevalecer uma lógica funcionalista,

e imediatista, para motivar nossas ações.

De acordo com Heller, “os lugares comuns e as estereotípias de grupos podem estar isentas de preconceitos, mas (...) jamais abandonam o âmbito da cotidianidade.” (HELLER, 1989: 56).

Assim, a ultrageneralização é uma operação característica da vida cotidiana: as nossas decisões, comportamentos e atitudes baseiam-se em avaliações probabilísticas. Toda ultrageneralização muda com o tempo e as necessidades cotidianas; é sempre um juízo provisório ou uma regra provisória de comportamento.

O cotidiano se alimenta das relações sociais e tendemos a confiar no discurso e na visão daqueles que nos sentimos próximos, familiares: o grupo a que nos sentimos pertencentes. Fazendo assim, simplificamos a vida cotidiana; tornamo-la mais segura, menos hostil.

Segundo Lippmann, “há uma economia nisso. A tentativa de ver todas as coisas de uma nova maneira e em detalhe, mais do que tipos e generalidades, é exaustivo, e nos assuntos muito intensos praticamente fora de questão.” (LIPPMANN: 2008, 90). Assim todos entramos em conformidade com o ritmo da vida cotidiana e conversamos sobre o tempo, falamos mal do governo, dos políticos, nos envolvemos e criamos sentimentos e emoções mesmo sem saber explicar bem o porquê.

Para simplificar a rotina, os estereótipos são etiquetas que colamos nas nossas atividades e contatos cotidianos. Por exemplo, qual é o assunto preferido para iniciar um diálogo cotidiano? No elevador, no taxi, nas filas, nos pontos de ônibus, nas salas de espera: se não houver um assunto estrondoso bombardeando a mídia e os jornais, com certeza, o assunto será o clima. “Nossa,

que calor hoje, hein!”, “Será que chove?” É uma maneira de dizer para o interlocutor: estou aberto ao diálogo. Ou, se estamos no elevador, pode querer significar “esse silêncio incomoda”. Todos reconhecemos o clichê e o que ele traz de informação implícita. Mas não pensamos muito sobre isso, simplesmente agimos em conformidade com que se espera de nós.

O exemplo mencionado é banal, mas se observarmos, começamos a ver que buscamos também nos encaixar nos estereótipos sociais: ficar mais bonitos, mais magros, alisar os cabelos, definir os músculos; almejar alcançar “sucesso” ou “fama” – pelo menos “popularidade” nas redes sociais; desejar obter os bens que expressam *status* segundo os valores desta sociedade capitalista; entre outros anseios e sonhos típicos da atualidade. Muitas vezes sofremos para conseguir corresponder a essas expectativas sociais, ou justamente porque não conseguimos corresponder a elas. Os que ficam muito distantes dos padrões ditos hegemônicos sofrem discriminação.

E os exemplos que nos inspiram são das pessoas que confiamos – das referências que recebemos dos lugares que frequentamos e atualmente, sobretudo, dos meios de comunicação. A confiança social alimenta nosso pensamento e nosso comportamento cotidiano. Se aqueles que admiramos aprovam determinado comportamento, o seguimos; se desaprovarem... É a relação emocional que mantemos com as pessoas e o mundo que governa nossas opiniões e julgamentos, mais que o raciocínio lógico e científico. Assim, no cotidiano, se forma o senso comum de determinada época, por meio do qual os processos de estereotipia são transmitidos.

Senso comum e estereótipo

O senso comum pode ser definido como a mentalidade corrente do cotidiano. É o lugar em que circulam os discursos facilmente reconhecíveis. As ideias, opiniões do dia a dia, os pensamentos padronizados, socialmente admitidos, naturalmente aceitos. É, de acordo com Bakhtin (1992; 2001), a ideologia do cotidiano: uma forma de pensamento que se ajusta (e nos ajusta) às necessidades da vida diária.

Para Silverstone, os preconceitos e estereótipos circulam na esfera do senso comum que, segundo ele, é indispensável para que possamos compartilhar as nossas experiências, pois seria através dele que nos tornamos aptos para nos localizar na vida moderna e definir nossas identidades.

É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para produção e manutenção do senso comum. E é aqui, no que passa por senso comum, que devemos fundamentar o estudo da mídia. (SILVERSTONE, 2000: 20).

As produções midiáticas também trabalham para a desconstrução do estreitamento de visão, ao mesmo tempo em que – por ser também um espelho – mostram lapsos, traços que fingimos não carregar, ou que não percebemos, mas que deixamos escapar. Queremos ver?

Os meios trabalham para o questionamento de estereótipos e preconceitos quando, por exemplo, as telenovelas constroem narrativas tematizando (MOTTER e JAKUBASZKO, 2007) as questões em pauta na agenda social e política. Em

cinco décadas de atividade, as telenovelas vêm mostrando e registrando, por exemplo, o processo de emancipação da mulher brasileira: o direito ao desquite, ao divórcio, a não esperar virgem pelo casamento – ou pelo menos a não estigmatizar aquela que não quer esperar -, a ser mãe solteira, a arriscar uma carreira de sucesso, a fazer inseminação artificial, a ter uma “produção independente”, a ver o marido agressor ser julgado pela Lei Maria da Penha. Não que o entretenimento precise ter algum compromisso com os ideais feministas, mas é evidente que seus produtos precisam estar de acordo com as experiências cotidianas de suas espectadoras fieis se quiser dialogar com elas. As mulheres, no Brasil, estudam mais que os homens – embora ainda recebam menos pelas mesmas funções – e cresce a cada ano o número de mulheres que chefiam famílias⁵. A realidade é muito mais ampla do que se mostra na ficção televisiva, ou na propaganda, ou na mídia, por meio dos estereótipos.

O tema da representação da mulher é sempre interessante de ser abordado em sala de aula para entender como funciona o fortalecimento ou a ruptura de estereótipos. Propagandas antigas⁶,

veiculadas nos Estados Unidos, mostram a mulher em posição inferior ao homem: ajoelhada aos pés da cama enquanto serve café da manhã, representada como um tapete, apanhando na bunda no colo do homem. As mais comuns faziam da mulher um objeto sexual a ser desfrutado. Para acompanhar as imagens, frases como “mantenha-a no seu lugar”; “é para isso que as mulheres servem [cozinhar]”; “mostre a ela que o mundo é dos homens”. Atualmente, tais anúncios jamais seriam veiculados, porém, algumas marcas de cerveja, no Brasil, ainda preferem representar a mulher como acompanhamento ideal para a bebida.

E não apenas as cervejas. Durante a Copa do Mundo no Brasil, uma famosa marca esportiva lançou uma camiseta cuja forte conotação sexual acabou fazendo com que o produto fosse retirado do mercado. A associação entre a imagem de um coração e um bumbum de biquíni, com as cores do Brasil, quando inserida no contexto específico de um evento mundial, em diálogo com o sistema de estereótipos que os estrangeiros têm da mulher brasileira, serve para reforçar tais estereótipos e preconceitos. A Embratur viu o produto como um estímulo ao turismo sexual e uma nota de repúdio escrita pela Secretaria de Direitos Humanos esclareceu os danos que tal “propaganda” poderia causar aos esforços que o governo vinha empreendendo para combater o turismo sexual⁷.

⁵ Conferir análise (2014) dos resultados do Censo Demográfico IBGE 2000-2010: <http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=2747> Acesso em 21.11.2014.

⁶ Há inúmeros blogs que abordam o assunto, uma busca em imagens no Google com a tag “propagandas machistas” trará inúmeros exemplos, em inglês e português. Indicamos ainda o site propagandas historicas.com.br <<http://www.propagandashistoricas.com.br/2014/01/dez-propagandas-historicas-machistas.html>> (Acesso em 21.11.14) e a página da Revista Vírus Planetário sobre o assunto: <<http://www.virusplanetario.net/propagandas-machistas-processada/>> (Acesso em 21.11.14).

⁷ Ver reportagem sobre o assunto, com a nota oficial da Secretaria dos Direitos Humanos: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/25/adidas-lanca-camisetas-sobre-a-copa-com-conotacao-sexual-e-causa-polemica.htm>> Acesso em 21.11.14.

O mais provável é que a intenção do sujeito enunciador não era a de desqualificar o País e a mulher brasileira: é quando os estereótipos se naturalizam e passam “despercebidos” pelos interlocutores. Poderiam rebater, em coerência com a sua ideologia machista: o que tem demais ressaltar a beleza da mulher brasileira? Em véspera de Copa do Mundo no Brasil fica fácil esquecer o que uma camiseta de uma grife famosa pode agregar à “marca Brasil” e à imagem da mulher brasileira.

Algo chamou minha atenção numa declaração da Presidenta Dilma Rousseff na campanha eleitoral de 2010: ela declarou nunca ter imaginado, enquanto jovem, ser presidenta do Brasil. De fato, esse sonho tinha preferência masculina. Não me recordo de ter visto ou ouvido histórias que construíssem representações de mulheres presidentes.

É que os sujeitos produtores dos discursos também estão marcados pelos limites e inquietações de seu tempo. Tais preconceitos fazem parte da sua formação discursiva. Por isso vemos críticas quando lapsos são cometidos pela imprensa, pelos produtos televisivos e propagandas. São diversas expressões do machismo, do preconceito racial, étnico, de classe, religioso, entre tantos outros. Não se trata de demonizar a imprensa e os meios de comunicação, pois, para além do jogo político e seus interesses, está a construção de um espelho: nossas representações refletem nossa mentalidade atual.

Entretanto, não podemos ser ingênuos e crer que tais estereótipos são neutras. Carregadas de afeto, valores e julgamentos, são rótulos que colamos nos fenômenos e sujeitos que nos são estranhos. Como entender uma realidade tão diferente da minha, sem

que eu possa me aproximar dela a ponto de torná-la familiar? É a tentativa de tornar conhecido o que é estranho. E não necessariamente simpático. Pode ser o outro a ser rejeitado. E com esta prática, perdemos todos: “todo preconceito impede a autonomia do homem, ou seja, diminui sua liberdade relativa diante do ato de escolha, ao deformar e, conseqüentemente, estreitar a margem real de alternativa do indivíduo.” (HELLER, 1989: 59).

Estereótipo e preconceito

Ao simplificar o processo de interpretação adotamos uma visão reducionista das pessoas, dos fenômenos, dos acontecimentos. Acreditar que os discursos do senso comum e seus estereótipos definem a realidade da vida social é um grave equívoco. E esse erro gera consequências. Um delas é a utilização dos estereótipos para manutenção de relações assimétricas de poder. É quando os estereótipos se cristalizam em forma de preconceito social.

Os alunos podem argumentar: “mas, professora, quem acredita mesmo que ‘mulher no volante é um perigo constante?’; isso é apenas uma piada!”. Sim, uma piada, mas sua intenção é desqualificar a mulher. A que interesses servem a desqualificação das mulheres? As piadas que provocam riso desqualificando “o outro” carregam preconceitos. Entretanto, parece tão normal e banal brincar com o assunto. Este é o momento em que percebemos como os estereótipos e preconceitos se naturalizaram em nossa cultura. Quando os encaramos como “normais”, como “nada demais”, e apagamos sua relação com o jogo das diferenças socioculturais.

Como afirmado anteriormente, assim como a crença de que a natureza deve

ser domada justifica a exploração à exaustão dos recursos naturais, as piadas que desqualificam as mulheres criam no senso comum a impressão geral de que os homens são mais competentes e inteligentes. Superiores, portanto. O que dá ao homem mais poder e legitimidade. Assim, tais representações fortalecem as relações assimétricas de poder, no caso, a desigualdade de gênero. Por que, apesar de décadas de luta feminista as mulheres ainda recebem menores salários nas mesmas funções, ou sofrem com a opressão e a violência doméstica? O que dizer dos países que culpam as mulheres quando são elas as vítimas de um estupro?

Se não houvesse estereótipos e preconceitos com relação aos gays, por exemplo, não haveria homens que se julgassem no direito de bater, às vezes até a morte, em outros homens pelo simples fato de apresentarem um desejo sexual diferente. O que permite um grupo de homens heterossexuais agir contra as leis do seu próprio país e agredir, ou assassinar, homens homossexuais? O que justifica a homofobia? Os preconceitos de gênero. No processo de formação desses homens eles foram levados a acreditar e a sentir o homossexual como errado, como prática aberrante. Ao ver um casal homossexual de mãos dadas, a interpretação dessa informação se dará segundo os padrões já definidos pelo grupo que o formou: os preconceitos que recebeu são utilizados como filtros, interceptando a recepção das informações. No esforço de atingir conformidade com o ambiente social, acabamos levados ao conformismo e à alienação de que fala Agnes Heller (1985). Se algo se repete em demasia, por que será “eu” a voz dissonante? Assim permitimos e reforçamos os estereótipos e preconceitos. Assim eles

julgam que o correto é afrontar e destruir o outro como se ele fosse um inimigo, afinal, seu comportamento confronta a validade de seu lugar na sociedade. A que interesses servem a crença de que a homossexualidade é uma doença? O que dizer dos países em que as práticas homossexuais são punidas com a pena de morte?

Estamos adentrando a esfera das lutas sociais, das formas de manutenção da hegemonia. É a participação dos estereótipos e preconceitos na formulação dos consensos sociais, na manutenção da ordem e do poder estabelecidos.

O processo de estereotipia se instala em nossa vida mental. “Nem sempre estamos dispostos à aventura da percepção: somos insensíveis e desatentos às coisas que povoam nosso mundo e, por isso, sofremos de uma perda, um empobrecimento que nos faz capitular e enxergar através de mediações impostas.” (BOSI, 2003:115).

Os preconceitos, segundo Heller, enraízam-se na fé, por isso ficam inabaláveis à ciência enquanto ainda funcionarem na vida cotidiana. E quanto menor a consciência da alteridade, maior a força dos preconceitos e suas conseqüentes ações discriminatórias.

Assim, os preconceitos se caracterizam por uma “tomada de posição moral” ao mesmo tempo em que se revelam como falsos juízos de valor. E como interpretamos a infinidade de discursos, suas palavras e imagens, com a qual tomamos contato? Quanto a nossa interpretação das novelas, notícias, dos fatos cotidianos que presenciamos, recebe interferência dos estereótipos e preconceitos que circulam em nossa cultura? Quanto nossas imagens mentais estão construídas sob sua influência? A chamada “opinião pública” é, também, veículo de preconceitos:

Obviamente nossa opinião pública está em intermitente contato com complexidades de toda a espécie; com interesse econômico e ambição, animosidade pessoal, preconceito racial, sentimento de classe e tudo o mais. Eles distorcem nossa leitura, nosso pensamento, nossa conversação e nosso comportamento numa variedade de formas. (LIPPMAN, 2008: 77)

Vale assistir com os alunos o musical de encerramento do programa televisivo “Comédia MTV”⁸, veiculado em 15.11.2012, e refletir sobre a crítica que os humoristas fazem à utilização dos estereótipos e preconceitos nos programas de humor.

Na sala de aula

Como fazer para desconstruir estereótipos e romper preconceitos na sala de aula? Como as pessoas conhecem e analisam a realidade social em que estão inseridas? Como interpretam os fatos, notícias, acontecimentos diários? Como formam suas opiniões? O mundo precisa ser explorado, conhecido, relatado. Conseguimos fazer isso com uma pequena parte de tudo o que nos envolve. Aos poucos vamos formando uma imagem do mundo que seja crível, que explique o mundo que está fora de nosso alcance.

O único sentimento que alguém pode ter acerca de um evento que ele não vivenciou é o sentimento provocado por sua imagem mental daquele evento. (...) Para atravessar o mundo as pessoas precisam ter mapas do mundo. (...) Teremos que presumir que o que cada homem faz

está baseado não em conhecimento direto e determinado, mas em imagens feitas por ele mesmo ou transmitidas a ele. Se o seu atlas lhe diz que o mundo é plano ele não navegará próximo ao que imagina ser o limite do nosso planeta com medo de despencar. Walter Lippmann (29;31; 37-38)

Assim, para quebrar estereótipos e romper preconceitos, nada mais eficaz que uma boa e organizada reflexão. Tanto a discussão em grupo quanto o debate são estratégias de diálogo que levam ao pensamento qualificado. E podem ser utilizados em todas as disciplinas.

(...) é somente quando temos o hábito de reconhecer nossas opiniões como uma experiência parcial vista através de nossos estereótipos que nos tornamos verdadeiramente tolerantes de um oponente. Sem aquele hábito, acreditamos no absolutismo da nossa visão, e consequentemente no caráter traiçoeiro de toda a oposição. Por enquanto os homens estão dispostos a admitir que há dois lados na “questão”, não acreditam que existem dois lados do que consideram um “fato”. E eles nunca acreditam nisso até que, após uma longa educação crítica, estão plenamente conscientes de como sua apreensão social dos dados sociais é de segunda mão e subjetiva. (LIPPMANN, 2008: 97).

A existência de diferentes visões de mundo torna difícil insistir na teoria de existência de uma “realidade objetiva” exterior ao sujeito. Ver outro aspecto da realidade abala todo o sistema de estereótipos utilizado. Para fazer o exercício é preciso, antes, apresentar ao aluno novas referências.

Se não assumirmos a tarefa de enfrentar os estereótipos e preconceitos, “gradualmente pintaremos uns os

⁸ Ver Musical de Encerramento, atentado ao estereótipo:
<http://www.youtube.com/watch?v=VbIhmNNdGNA> Acesso em 21.11.2014.

retratos dos outros. O oponente apresenta-se como sendo o bem enquanto todos os demais são descritos como a maldade. Por outro lado, nós o consideraremos um aborrecimento que não se encaixa no esquema das coisas.” (LIPPMANN, 2008: 97).

Quando nos fixamos em determinados julgamentos como “é errado abortar; é certo abortar” perdemos a oportunidade de discutir se é certo legalizar o aborto, pergunta muito diferente. Por que não hospedar a discussão no âmbito da saúde pública, da economia, do planejamento familiar e não da esfera moral e religiosa?

O senso comum que circula na vida cotidiana tem uma preferência pelas dicotomias: o certo e o errado; o verdadeiro e o falso. Na vida cotidiana não há tempo para reflexão, por isso ainda há uma ideologia do cotidiano que mantém vivas velhas crenças há muito desvalidadas pelas ciências. Como a tentativa de denominar homossexualidade de doença, por exemplo. Escapar do pré-construído é fazer a conversão do olhar: agora, olhem para cá: “É errado abortar” é um falso juízo provisório. A verdade é válida para certos grupos religiosos, não será válida para ateus e para feministas, por exemplo. Inclusive, segundo o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama⁹, o argumento religioso não deve ser considerado por um líder político, por exemplo, que mesmo sendo cristão irá governar também para budistas, católicos, muçulmanos e ateus. O estado, sendo laico, não pode governar com parâmetros religiosos: não é a bíblia ou o Al Corão a Carta Maior de uma nação. E é pela

Constituição que um político deve(ria) guiar-se.

O parâmetro “é errado abortar” pretende-se universal, mas é particular. Um grupo tem o direito de impor o seu “correto” para os demais grupos? É certo inundar uma aldeia indígena para construir uma hidrelétrica? A resposta dependerá do lugar social que o sujeito ocupa: se é da cidade ou se é o indígena impactado. Impor um ponto de vista é operar a generalização de uma opinião, não é construir conhecimento.

E a grande questão colocada por Bosi é exatamente esta: como passar da opinião para o conhecimento? Apoiando-se em Adorno, explica: “a opinião é a posição de uma consciência subjetiva, tida como válida, mas sem a universalidade da verdade. O conhecimento é a opinião verificada.” (BOSI, 2003:121).

Para chegar ao conhecimento é preciso espanto. Para que ele ocorra, a reflexão deve se focar na relação entre sujeito e objeto, de vez que pensar não é uma atividade subjetiva; “o mundo é opaco para a consciência ingênua que se detém nas primeiras camadas do real. A opinião afasta a estranheza entre o sujeito e a realidade. A pessoa já não se espanta com nada, vive na opacidade das certezas.” (BOSI, 2003:122). Trocar o familiar pelo estranho pode ser também uma aventura. A própria aventura do conhecimento que rejeita o pré-construído, o conformismo, e busca novos esquemas de interpretação e interação com sua realidade. “O conhecimento começa pela resistência à opinião”. (BOSI, 2003:125). A recusa ao estabelecido não precisa se realizar de maneira rebelde, revoltada ou violenta, ao contrário, quanto mais contemplativa, mais força terá para abalar o sistema de estereótipos do aluno.

⁹ Ver discurso do Presidente norte-americano Barack Obama: <http://www.youtube.com/watch?v=IHQr4Cdx88> (Acesso em 15.12.14).

Assim, fazer este exercício de perceber os locais de produção dos discursos e a memória que as palavras, conceitos e ideias carregam já é cumprir com grande parte do objetivo de situar o aluno enquanto um sujeito social, desmistificando crenças, estereótipos e preconceitos. Ele vai perceber os seus lugares de atuação, os discursos com os quais dialoga, e que há ainda muitos mundos discursivos a serem explorados por ele.

Os alunos, de forma geral, se motivam e mobilizam muito na realização de debates e discussões em grupo. É essencial enfatizar a importância do respeito com a opinião diferente.

Considerações finais

Os indivíduos atuam ativamente e conscientemente no contexto social e político de sua época? Os estereótipos contaminam nossos afetos e percepção da realidade; e há quem os modele muito bem – há uma luta em curso pelo controle do imaginário social. É a “manufatura do consenso”, ou, como prefere Noam Chomsky, consenso fabricado¹⁰. Há uma grande diferença entre opinião pública e opinião publicada. Chomsky, na esteira de Lippmann, considera o jornalismo como uma forma de propaganda.

Os meios de comunicação e seus produtos, incluindo as redes sociais, são hoje os filtros – ou mediações – por excelência, ao lado da família, da escola e das religiões, quando presentes. Eles facilitam nossa interação com a realidade, fazendo a ponte entre o senso comum e os universos discursivos que expandem o saber em nossa cultura.

Como ver e interpretar o mundo, hoje, fora das lentes dos meios de comunicação?

A dificuldade de monitorar o mundo distante é um imperativo. Não temos saída: precisamos da mídia para nos informar, precisamos da mídia para construir uma opinião sobre tudo o que vemos no mundo. Não temos como investigar todos os casos para desvendar os consensos fabricados. A alternativa possível é tomar consciência das estratégias discursivas que permitem o convencimento, a persuasão, a sedução. E saber reconhecer as fontes e origens desses discursos. Como identificar um discurso sensacionalista? Como não se deixar envolver pelo tom emocional e pelas estratégias do universo da ficção que os jornais tomam para si?

A imprensa se coloca muitas vezes – e a população assim espera dela – como arauto da verdade, da imparcialidade, da neutralidade. Ainda que este cenário esteja se modificando consideravelmente no Brasil, pelo aprofundamento dos processos de democratização e pela atuação da internet, ainda vige a crença de que a mídia seja o “árbitro”, que enxerga o jogo social com objetividade e o expressa com neutralidade. O trabalho de revelar essa fachada de objetividade que as estratégias discursivas específicas do campo da imprensa, e os efeitos retóricos – tanto os ligados à argumentação lógica quanto à afetiva – dão acabamento, é longa e árdua. Mas é fundamental. E para isso precisamos assumir a empreitada de oferecer aos alunos novas referências. É interagindo em sua formação discursiva que as novas e futuras gerações vão valorizar a cultura da diversidade.

A análise do discurso trabalha com o conceito de “formação discursiva” (BRANDÃO, 1995; ORLANDI, 2003):

¹⁰ Para ver o documentário Manufacturing Consent:
<https://www.youtube.com/watch?v=1IFKcdwCpwM> (Acesso em 15.12.14).

o ponto de vista é recortado a partir do repertório sociocultural construído durante o processo da convivência com o grupo e da educação pessoal; com o grau de conhecimento que o indivíduo adquiriu no contato com diferentes universos discursivos ao longo de sua existência. E o processo não é vivido sem filtros, conflitos, angústias, apaziguamentos. Temos de passar por isso se quisermos enfrentar os estereótipos e preconceitos de nosso tempo. É preciso ter consciência, ainda, de que tudo está construído.

Grandes homens, mesmo durante o período de suas vidas, são usualmente conhecidos pelo público somente através de uma personalidade fictícia. Eis a parcela de verdade no velho ditado de que nenhum homem é um herói para seu criado. Há nele somente uma parcela de verdade, posto que o criado, e o secretário particular, frequentemente estão imersos na ficção. Personagens monárquicos são, evidentemente, personagens fabricados. (LIPPMANN, 2008: 24).

É, portanto, no plano da linguagem – do diálogo e das práticas de linguagem – que se deve estudar e se pode romper e desconstruir os estereótipos, tomando consciência da própria formação discursiva e ouvindo atentamente os discursos dos outros para que se possa decidir com maior clareza qual ponto de vista vale ser defendido.

As mais sutis e difundidas de todas as influências são aquelas que criam e mantêm o repertório de estereótipos. Conta-nos sobre o mundo antes de nós o vermos. Imaginamos a maior parte das coisas antes de a experimentarmos. E essas concepções, a menos que a educação tenha nos tornado mais agudamente conscientes, governam profundamente todo o

processo de percepção. Eles marcam certos objetos como familiar ou estranho, enfatizando a diferença, de forma que o levemente familiar é visto como muito familiar, e o de alguma forma estranho como profundamente alienígena (LIPPMANN, 2008: 91-92).

Se o processo educativo não puder orientar o processo de percepção das representações sociais de forma a entender que o “alienígena” não precisa ser visto como “inimigo” estaremos fadados ao fracasso.

Para desautomatizar a relação com a linguagem e habituar-se à prática da contextualização histórica e sociocultural, o leitor deve aprender a se situar e a transitar por entre a heterogeneidade discursiva, bem como refletir sobre a noção de sujeito enquanto produtor e consumidor dos discursos circulantes. Afinal o sujeito, assim como o sentido, não está dado *a priori*. Ambos são formados em interação com as práticas discursivas de seu tempo.

Concordamos com Heller quando afirma que “acreditamos que tal desaparecimento [dos preconceitos] não é de modo algum utópico” (HELLER, 1989: 58). Bem, se não for possível desaparecer com os preconceitos, que eles possam causar menos prejuízos e violência em nossas escolas. Espero que este texto possa contribuir para reflexão e prática do professor em sala de aula.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec: 1992.

_____. **Estética da criação verbal**. (trad. Paulo Bezerra) São Paulo: Martins Fontes, 2006, pp.261-306.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**. Ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: DIFEL e Editora Bertrand Brasil, 1989.

BRANDÃO, Helena N. (1995). **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 1995.

HELLER, A. **O cotidiano e a História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

JAKUBASZKO, Daniela. **A construção dos sentidos da masculinidade na telenovela *A Favorita***: um diálogo entre as representações da masculinidade na telenovela e as representações das manifestações discursivas do ambiente social brasileiro. São Paulo: Tese de doutorado, ECA-USP, 2010. A tese está disponível para download no Banco de teses da USP ou [aqui](#).

KOSIK, K. **Dialética do Concreto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2010.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e história: imprensa e construção da realidade**. São Paulo: Arte & Ciência – Villipress, 2001.

_____. e JAKUBASZKO, Daniela. Telenovela e realidade social: algumas possibilidades dialógicas. In: **Comunicação & Educação**. Ano 12, n.1 (jan-abr: 2007). São Paulo: CCA/ECA-USP: Paulinas, 2007.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**. Princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2003.

RIBEIRO, Darcy. **Sobre o óbvio**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

Recebido em 2015-04-06

Publicado em 2015-05-10