

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO, CULTURAS E IDENTIDADES

JOYCE BEZERRA DE SOUZA

**PERIGUETES: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de  
comunicação de massa e sua influência para a educação informal**

RECIFE – PE  
2016

JOYCE BEZERRA DE SOUZA

**PERIGUETES: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de comunicação de massa e sua influência para a educação informal**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Culturas e Identidades da Universidade Federal Rural de Pernambuco e Fundação Joaquim Nabuco na linha de pesquisa: Movimentos Sociais, Práticas educativo-culturais e Identidades, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de mestra.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Betânia Maciel de Araújo

RECIFE - PE  
2016

Ficha catalográfica

S729p

Souza, Joyce Bezerra de

Periguetes: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de comunicação de massa e sua influência para a educação informal / Joyce Bezerra de Souza; orientadora: Betânia Maciel de Araújo. – Recife, 2016.

100 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Educação, Culturas e Identidades) – Universidade Federal Rural de Pernambuco / Fundação Joaquim Nabuco. Departamento de Educação da UFRPE, Recife, 2016.

Inclui referências, anexo(s) e apêndice(s).

1. Periguetes 2. Gênero 3. Identidades 4. Meios de comunicação de massa 5. Imagens 6. Educação informal I. Araújo, Betânia Maciel de, orientadora II. Título

CDD 370

JOYCE BEZERRA DE SOUZA

**PERIGUETES: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de comunicação de massa e sua influência para a educação informal**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra, pelo Programa de Pós-Graduação em Educação, Culturas e Identidades associado da Universidade Federal Rural de Pernambuco e Fundação Joaquim Nabuco.

Aprovado em 29.06.2016

BANCA EXAMINADORA

---

Dr<sup>a</sup>. Betânia Maciel de Araújo – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Orientadora – Presidente

---

Dr. Marcelo Henrique Gonçalves de Miranda – Universidade Federal de Pernambuco  
Examinador Externo

---

Dr. Paulo de Jesus – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Examinador Interno

**Dedico este trabalho a todas as mulheres  
que arriscam experimentar sua existência diariamente sem receios,  
que vive sua integralidade humana, que não silencia, recusa ou nega sua  
sexualidade. Que ousa decidir sobre seus próprios caminhos afetivos e  
profissionais livres de rótulos e obrigações; e que acima de tudo é,  
incontestavelmente, um Ser Humano.**

## **Agradecimentos**

Primeiramente e principalmente à minha filha, pela compreensão das minhas ausências. Por não estar sempre presente nas reuniões pedagógicas, nem nas festinhas infantis e por vezes não dispor da devida paciência e disponibilidade para responder a todas as questões que apareciam frente aos meus tantos compromissos de trabalho e pesquisa. Principalmente pela paciência e colaboração para permitir com que eu realizasse minhas leituras e releituras dos textos, trancada em meu quarto, quando as tantas obrigações ocupava-me todo o tempo, minha mais sincera gratidão.

À minha mãe, por ter facilitado à minha trajetória de estudos, ao resguardar meu bem mais precioso, minha filha, enquanto a pesquisa tomava a prioridade em muitos momentos na minha vida.

À minha querida avó Maria do Carmo, que tenho certeza que esteve sempre em todos os momentos de minha vida, principalmente nas dificuldades, mesmo não estando presente em vida, há mais de dez anos, não deixou de estar em todos os meus pensamentos e intenções.

Aos amigos, também pós-graduandos, pelas trocas de informações e aflições mútuas, quando escutar meus receios foi essencial para me ajudar a enxergar soluções.

À minha orientadora, pela paciência em executar tantas observações e me auxiliar a podar minhas tantas ideias sobre uma única pesquisa.

Aos professores das disciplinas do curso do mestrado, pela viabilização de conteúdos e momentos de diálogos com a minha pesquisa, facilitando o pensar sobre a mesma.

Aos meus amigos de graduação que testemunharam os esforços empreendidos para realizar esta caminhada da melhor forma possível.

Aos meus caríssimos amigos de trabalho, que me renderam tantos plantões noturnos e diurnos de muita cumplicidade nos atrasos e ausências, entendendo a minha indisponibilidade para as conversas e participações de eventos e festejos pela necessidade de cumprimento de minha jornada de estudos.

Às minhas amigas mais próximas do CEMEC CENTRO que muito me deram apoio na realização deste trabalho e testemunharam minhas ansiedades e medos no

trajeto do curso, assim como aos que torceram por mim na Upinha Bongi/Novo Prado, reitero minha gratidão.

Aos mais recentes amigos de trabalho dos municípios de Jabotão dos Guararapes e Vitória de Santo Antão, pelo incentivo para prosseguir quando o fôlego esvaia minhas forças.

À minha amiga Luiza Irene pelas mensagens de força e esperança em continuar este projeto mesmo diante de tantas demandas para atender.

À minha grande amiga e vizinha Nubia, que sempre acreditou em mim e me apoiou mesmo quando eu mesma não tinha forças para acreditar que conseguiria concluir este percurso.

À minha querida amiga Maria do Céu, por ter sempre me dado palavras de apoio em todos os momentos que necessitei.

Meus mais sinceros agradecimentos a todos que acreditaram em mim, que confiaram ser possível realizar o curso de mestrado e defender muito mais que teorias; visibilizar sujeitos.

## Resumo

As identidades dos sujeitos ganham cada vez mais notoriedade nos estudos das ciências sociais e humanas, e quando as identidades dos sujeitos estão interligadas as de gênero ganham mais repercussão se a sexualidade está presente. Quando viver as identidades de modo que subvertam a ordem estabelecida causam confrontos, passam a sofrer regulações constantes da sociedade, e os meios de comunicação de massa são exímios colaboradores na propagação de valores e condutas normativas. Diante dessa prerrogativa, a pesquisa tem o objetivo de analisar as imagens que são produzidas nos meios de comunicação de massa sobre as periguetes e sua interlocução com a educação informal. É no sentido de pensar sobre as identidades dessa “nova categoria” em que o gênero feminino tem se debruçado, reconhecido e produzido culturalmente objetos, comportamentos, valores que são disseminados e reproduzidos pelos veículos de comunicação de massa ao grande público espectador, instituindo e reforçando identidades, que a pesquisa se lança. Como problemática a pesquisa propõe responder aos seguintes questionamentos: Como são construídas as identidades das periguetes nos meios de comunicação de massa? Como questões de gênero são trabalhadas nessa concepção identitária de mulher? Que repercussões os usos das imagens sobre as periguetes na mídia promovem, enquanto educação informal. A metodologia é dividida em três momentos. No primeiro, é realizada uma busca na internet sobre o que tem se falado sobre as periguetes, principalmente na televisão, que é o veículo de informação mais presente nos lares; e concursos para as mesmas foram encontrados, nos quais são bastante fortes os usos de imagens para caracterizar essa categoria social. Em uma segunda fase da pesquisa, imagens de uma rede sócio-virtual é analisada, tendo como objetivo aferir o que é veiculado sobre as mesmas no campo virtual de relacionamentos. Conseqüentemente, onze jovens de uma escola pública do município de Vitória de Santo Antão, com idades de 12 a 18 anos, são convidadas a participar de um questionário fechado e de um grupo focal, onde imagens de periguetes são apresentadas, traçando o início de discussões sobre as impressões que o grupo tem, buscando compreender como essas jovens recebem essas informações a partir de uma comunicação que educa. Trabalhar com a temática justifica-se pela enorme propagação que existe nos meios de comunicação sobre as periguetes, embora não haja um conceito consensual, características são fortemente apresentadas, construindo um modelo, criando estereótipos próprios que as marcam na sociedade. A pesquisa denota importância por tratar-se um estudo sobre gênero e identidade que trabalha com a sexualidade de indivíduos silenciados historicamente – as mulheres. Sendo os meios de comunicação de massa um exímio veículo formador de opinião e conceitos, portanto educativo, que estão além das discussões sobre a mulher e o silenciamento de gênero. O tratamento da imagem na mídia nos diversos espaços de propagação, como televisão e internet ampliam discussões que promovem debates e achados científicos sobre as identidades.

Palavras-chave: Periguetes; Gênero; Identidades; Meios de Comunicação de massa; Imagens; Educação Informal.



## Resumen

Las identidades de los sujetos están ganando cada vez más notoriedad en el estudio de las ciencias sociales y humanas, y cuando se interconectan las identidades de los sujetos de género hacen más impacto si la sexualidad está presente. Cuando identidades vivir de manera que subvierten los enfrentamientos causa establecida fin, empezar a sufrir ajustes constantes de la sociedad y los medios de comunicación son destacados colaboradores en la propagación de los valores y el comportamiento normativo. En vista de esta prerrogativa, la investigación tiene como objetivo analizar las imágenes que se producen en los medios de comunicación en periguets y su diálogo con la educación no formal. Es en el sentido de pensar acerca de la identidad de esta "nueva categoría" en el que la hembra ha sido abordar, reconocido y producida culturalmente objetos, comportamientos, valores que son difundidos y reproducidos por los vehículos de comunicación de masas para el espectador público en general, el establecimiento y fortalecimiento identidades, la investigación arroja. Lo problemático que la investigación se propone responder a las siguientes preguntas: ¿Cómo se construye identidades de las periguets en los medios de comunicación? ¿Cómo las cuestiones de género se tratan en la identidad de la esta mujer? ¿Qué impacto de los usos de las imágenes en los medios de comunicación acerca de las periguets promueven en la educación informal. La metodología se divide en tres etapas. En la primera, una búsqueda en Internet se realiza en lo que se ha dicho acerca de las periguets, especialmente en la televisión, que es el vehículo de la información más presente en los hogares; y se han encontrado concursos de la misma en la que las imágenes son fuertes y utiliza lo suficiente para caracterizar esta categoría social. En una segunda fase de la investigación, las imágenes de una red socio-virtual se analizaron, con el objetivo de evaluar lo que se emitió en el mismo campo en las relaciones virtuales. Consecuentemente, once jóvenes de una escuela pública en la ciudad de Vitoria de Santo Antao, están invitados edades comprendidas entre 12-18 años para participar en un cuestionario cerrado y un grupo de enfoque en donde periguets imágenes se presentan, trazando los primeros debates en las impresiones que el grupo está tratando de entender cómo estos jóvenes reciben esta información de una comunicación que educa. Trabajar con el tema justificada por la enorme variedad que existe en los medios de comunicación acerca de las periguets, aunque no es un concepto consensuado, características están fuertemente presentados, la construcción de un modelo, la creación de estereotipos propios que marcan en la sociedad. Las investigaciones indican importancia, ya que es un estudio sobre el género y la identidad que trabaja con la sexualidad de las personas históricamente silenciadas - las mujeres. A medida que los medios de comunicación un entrenador de opinión experta vehículo y conceptos, así educativos, que están más allá de las discusiones sobre la mujer y el silenciamiento de género. El procesamiento de imágenes en los medios de comunicación en los diferentes espacios de propagación, como las discusiones de televisión y ampliar internet para promover el debate y los hallazgos científicos sobre las identidades.

Palabras clave: Periguets; Género; Identidades; Medios de comunicación de masas; imágenes; La educación informal.

## Sumário

1. Introdução .....	14
2. Fundamentos teórico-conceituais.....	21
2.1 Periguetes: uma relação que transcende a discussão de gênero e identidade...21	
2.2 Gênero e sexualidade – uma lógica binária?.....	28
2.3 O Corpo.....	30
2.4 Identidade na perspectiva de Stuart Hall.....	34
2.5 A importância da diferença nas identidades.....	35
2.6 Movimentos feministas.....	40
2.7 O novo feminismo anunciado por Gutiérrez.....	44
3. O papel da comunicação na educação informal .....	47
3.1 Imagem no contexto da cultura e da comunicação de massa.....	51
4. Procedimentos Metodológicos .....	54
4.1 O grupo focal na perspectiva de Bernadete Gatti.....	59
4.2 Por que trabalhar com jovens?.....	60
4.3 Considerações Éticas.....	63
5. Resultados e Discussões.....	65
5.1 Análise de programas de palco.....	65
5.1.1 Programa do Ratinho.....	66
5.1.2 Encontro com Fátima Bernardes.....	67
5.1.3 Programa do Pânico na Band.....	69
5.2 Análise das imagens veiculadas no Facebook.....	72
5.3 Análise do Questionário.....	74
5.4 Análise do Grupo Focal.....	78
6. Conclusões.....	83
Referências .....	87
Apêndices	

Apêndice 1 – Termos de Consentimento Livre e Esclarecido .....	95
Apêndice 2 – Roteiro para Grupo Focal .....	98
Apêndice 3 – Roteiro de Questionário .....	99
Anexo 1 – Imagens para Grupo Focal.....	100

## Lista de Figuras

Figura 1: Concurso das periguetes no programa do ratinho.....	22
Figura 2: Musa do pernambucano 2014.....	23
Figura 3: Personagem periguite Valeska da novela Babilônia.....	24
Figura 4: Cantora de funk Mulher Melancia.....	24
Figura 5: Programa do Ratinho.....	65
Figura 6: Encontro com a Fátima.....	65
Figura 7: Programa Pânico.....	65
Figura 8: Características de uma periguite.....	70
Figura 9: Facebook 1.....	72
Figura 10: Facebook 2.....	72
Figura 11: Facebook 3.....	72

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Síntese do questionário.....	77
--	----

*O feminismo não é meramente um conceito, uma figura sexual específica. Ser mulher significa enxergar-se como um corpo político lançado dentro de circunstâncias específicas.*

Agenita Ameno

## 1. Introdução

Diante do arsenal de informações que os meios de comunicação de massa ofertam, em sua vasta variedade e programação (rádio, televisão, internet, mídias sócio-digitais), a presente pesquisa propõe analisar a utilização enfática da representação de ideário sobre imagens que são produzidas e disseminadas na mídia no tocante ao gênero feminino, o que infere em fortalecimento de estigmas sobre o mesmo, suscitando uma ressignificação de conceitos sobre gênero e identidades que atravessam as barreiras do mero entretenimento, aludindo para uma comunicação planetária, transdisciplinar, educativa.

Comunicar educando através de variados veículos de informação que intentam abranger massivamente os espectadores permite trabalhar com muitas facetas de uma mesma informação, extirpando o caráter disciplinar da escola. Permite-se trabalhar também em uma perspectiva que transcende as disciplinas rígidas das ciências e metodologias pré-estabelecidas e abranger aspectos da cultura local e global, assim como as identidades dos sujeitos sociais.

Assim sendo, agir de modo transdisciplinar como afirma Morin (2011) requer reconhecer os sujeitos enquanto ser singular, plural e que constrói identidades. No quesito da identidade dos sujeitos, Castells (2001), entende identidade como a fonte de significado e experiência de um povo.

Pensar em identidade remete-me de imediato às minhas, porque as identidades não são fixas, nem estáveis, como afirma (LOURO, 2013). Pesquisar sobre a temática tange de imediato às múltiplas identidades que coexistem não necessariamente harmoniosamente dentro de mim.

A presença feminina sempre foi marcante na minha família. A estrutura familiar que conheci está longe do modelo – pai, mãe, filhos. Convivi com minha mãe e com minha irmã, logo o modelo familiar era matriarcal. Nunca houve essa história de “homem da casa” nem de ter que prestar satisfações ao sexo oposto.

Apreendi que as mulheres têm os mesmos direitos, deveres e capacidades que os homens, e que mulheres-mães e solteiras também podem trabalhar e ser exímias chefes de família, pois não é necessário casar e se manter casada para se construir e manter uma família. Chefiar não é condição nata, inquestionável e exclusiva de homens ou mulheres; constrói-se.

Descobri-me mulher, mãe, professora e compreendo que gênero e

sexualidade estão intrinsicamente ligados e são discussões que permeiam o campo da educação e da comunicação de massa por ser indissociável do ser humano. Concebo a sexualidade como inerente da condição humana e gênero em uma perspectiva social dos corpos, confluindo para a afirmativa de Silva (2013, p.91-92) quando diz que “‘gênero’ opõe-se, pois, a ‘sexo’: enquanto este termo fica reservado aos aspectos estritamente biológicos da identidade sexual, o termo ‘gênero’ refere-se aos aspectos socialmente construídos do processo de identificação sexual”.

Sempre me perguntaram se eu era feminista por não aceitar diferença na educação de meninos e meninas, por não compreender o casamento como destino e nem tampouco restringir meu campo de trabalho e lazer pelo fato de ser mulher. Essas pessoas pensam que para ser feminista se faz necessário pertencer a movimentos sociais, levantar bandeiras, protestar com o próprio corpo, gritar contra a opressão da igreja e da sociedade sobre o modo de ser mulher. Na realidade, ser feminista não se restringe a esses atos e nem tampouco de me adequar à fala dos maldosos que afirmavam que feministas “só podiam ser lésbicas” e “não serviam para casar”.

Ser feminista está além de se encaixar em movimento social A ou B. O feminismo é para mim um fato impossível de fugir, seja pela educação doméstica pautada na igualdade de oportunidades, porque todas éramos mulheres no meu lar, seja pela necessidade de enfrentamento no mercado de trabalho por direito ao mesmo acesso e permanência dos homens ou por empatia às lutas e conquistas femininas, declaro-me feminista!

A discriminação feminina pela condição biológica e social geram silenciamentos, invisibilidades que sempre me incomodou. E essa inquietação na busca de pertencimento, revalidação e confirmação de minhas identidades levam-me a constante certeza de que não acredito na redução da importância dos estudos feministas, nem de cercados físicos e culturais que separem homens e mulheres tendo como explicação fatores sexuais. Não acredito, portanto, no dualismo razão/emoção para reforçar diferenças. Mais uma vez, declaro-me feminista e vejo na afirmação um ponto importante na apresentação de quem escreve este trabalho.

E por que falar de periguetes? Embora não representem um movimento de mulheres propriamente dito, essa identidade feminina confronta modelos prévios sociais; a mulher tem voz sobre seu próprio corpo e suas atitudes o que sempre foi objeto de luta dos movimentos feministas. Se a mídia tem seu papel no



empoderamento dessas mulheres é uma questão a ser discutida, mas essa identidade coletiva transgrediu a ótica do silenciamento do corpo feminino, no que toca o desejo e o manifesto sobre o mesmo.

Não há como negar a ambivalência que a perigete traz, enquanto identidade, seja subvertendo a dupla moral existente – santa/puta, seja trazendo uma nova roupagem para o controle do corpo e sexualidade feminina. É indiscutível, portanto, a necessidade de um debruçar sobre o modo de como os meios de comunicação de massa reforça os modos de ser mulher em nossa sociedade, e de como é balizada uma mulher que admite ter um corpo que tem desejos e que ousa experimentar sua sexualidade.

Afirmar-se perigete é assumir de imediato a subversidade aos padrões vigentes normativos propagados pela mídia em seus diversos espaços. Logo, uma pergunta recorrente sempre me foi feita desde as primeiras linhas da escrita deste texto – Você é uma perigete? Como pode ser mãe, graduada, servidora pública e perigete? Você só é perigete quando sai à noite, não é?

Se ser perigete é romper com a lógica de silêncios e opressões à sexualidade e corpo feminino, se é permitir dialogar com o outro sem culpas ou receios por não ser casada ou decidir trabalhar em plantões diurnos ou noturnos, com a finalidade de manutenção da própria existência, livre da "licença" masculina para trabalhar e atuar na sociedade, ser livre para sair à noite sozinha e pagar minhas contas no lar e no bar, poder dizer não ou sim quando desejar - eu sou perigete, sim!

Com o amadurecer acadêmico e profissional, supri-me de exemplos que aguçaram minha criticidade. E, a cada dia que passa aumenta meu poder de indignação pelos reforços das diferenças pautados na lógica binária dos sexos que os veículos de comunicação de massa perpetuam em seus diversos ciberespaços, evocando disseminação de práticas educativas e culturais sobre os corpos. E na escola não é diferente.

As indagações sobre meu posicionamento feminista foram muitas, porém foram poucos os questionamentos sobre a decisão de ser pedagoga, de abraçar a educação como profissão, porque para muitos a arte de educar e cuidar são particularidades femininas como afirma (LOURO, 2013). Essa falta de “interesse” em questionar essa escolha e posicionamento profissional trouxe-me a ideia de que essa escolha é para muitos naturalizados. Ocorre que as turmas de pedagogia são

essencialmente femininas e acredito que por isso mesmo precisam ser excelentes espaço de discussão sobre a mulher na construção e desconstrução de conceitos e valores. E essas questões aguçam meus interesses.

O interesse em realizar esta pesquisa parte de todas as indagações primárias e empíricas sobre a construção do corpo a partir da perspectiva educativa da mídia, pois a mesma tem um enorme potencial educativo, seduzindo-nos, capturando-nos para os imperativos de beleza, produzindo e reproduzindo modelos, como anuncia (GOELLNER, 2003), sendo a mulher pertencente a um grupo silenciado historicamente.

Como os meios de comunicação de massa, em especial a televisão e internet, corroboram para efetivar tais conceitos, seja através das telenovelas, anúncios publicitários, programas de auditório, músicas, pauta-se, portanto, a presente pesquisa, nesses veículos de massificação de informações.

Pensar a perigete como identidade feminina muito propagada pela mídia, principalmente na televisão, sem discutir o que implica na figura da mulher brasileira é contraditório, por não poder dissociar tal discussão. Sendo a televisão um formidável veículo midiático de amplo alcance, Lazar (1999) diz que a televisão é um importantíssimo massificador de informações enquanto processo social.

O que é aferido como comportamento social adequado pela mídia tem grande relevância social, por isso, precisa ser trabalhado de modo a oportunizar conceitos plurais, complexos e até mesmo antagônicos. Oportunizando a diversidade, sem para isso rotular ou discriminar é intenção desta pesquisa, pois o contrário pode não gerar ganhos para a sociedade ou trazer concepções educativas que mais massifique que provoque, problematize ou infira reflexão.

Desta forma, Conant, et al. (1967, p. 28) afirma que a televisão é um veículo midiático “que reabastece o nosso arsenal de informações, estimula nossas percepções, desafia os nossos padrões e influi sobre nosso julgamento”; porque a televisão, como afirma Sánchez (1999), faz parte de nossa realidade doméstica, participa de boa parte de nossa vida, dá-nos prazeres com boas notícias e resultados favoráveis de jogos de futebol, compartilha solidão quando se assiste a um filme sozinho no sofá de casa, inspira quando dá ideias que podem melhorar a nossa vida, além de informar e possibilitar interação, comunicação com o mundo em apenas segundos, sem muito esforço, baixo custo e ainda preservando o anonimato. Tudo isso fácil, na mão, em um simples *click* do controle remoto. Através do controle

remoto, podemos “controlar”, escolher a programação que mais satisfaz que traz mais interesse.

Diante de todas as prerrogativas que facilitem a influência e manipulação de conceitos que a mídia, através dos meios de comunicação de massa exerce sobre a sociedade, é que se debruça a apreciação do presente trabalho, e a análise dos efeitos que de fato trazem quando falamos em educação, quando o que se vê pela TV e pela internet adentra o território doméstico, é problematizado.

Através dos resultados da pesquisa é que se faz possível compreender até onde os meios de comunicação de massa podem e de fato constroem e desconstroem, através de seu estímulo continuado, padrões comportamentais e de valores de aceitação e reprovação dos estereótipos femininos. Embora, seja possível dizer que já há muitas postulações, como o de valorização ou depreciação da mulher pela imagem que carrega, instituindo e/ou reforçando identificação com o que é representado cotidianamente, culminando em uma educação, na perspectiva, informal de valores e aprendizagens sobre identidades femininas que atravessa os muros da escola, educando através da comunicação por um viés informal, mas presente e atuante.

Desta feita, a pesquisa ora apresentada traz como questionamento central as seguintes questões: Como são construídas as identidades das periguetes nos meios de comunicação de massa? Como questões de gênero são trabalhadas nessa concepção identitária de mulher, e que repercussões os usos das imagens sobre as periguetes na mídia promovem enquanto educação informal.

Diante dessa prerrogativa, o objetivo geral anseia analisar as imagens que são produzidas nos meios de comunicação de massa sobre as periguetes e sua interlocução com a educação informal.

Os objetivos específicos compreendem:

- Avaliar como a categoria social é construída nos meios de comunicação de massa e que imagens (re)produzem;
- Verificar o papel educativo dos meios de comunicação de massa enquanto formadora e propagadora de opinião.

Quanto à estrutura do trabalho, é realizada em três capítulos, sendo o primeiro de explanação dos fundamentos teórico-conceituais, o qual se divide em

dois eixos de discussões, em que são abordados achados de autores que tocam em aspectos fundamentais deste escrito dissertativo.

No primeiro eixo um ensaio sobre a relação do termo perigete é realizado em um diálogo essencialmente sobre os conceitos de gênero, sexualidade e identidade. O mesmo, oportuniza uma discussão sobre o que pode ser a perigete, enquanto identidade, evocando sobre gênero e sexualidade, trazendo elementos que agregam e incitam novas posturas e necessidades de ampliações de diálogos aos paradigmas tão emergentes da sexualidade, do gênero e da identidade, tendo como referências: Ameno (2001); Butler (2015); Chauí (1988); Fischer (2002); Furlani (2009; 2011); Hall (2014); Louro (2003); Silva (2013).

No segundo, a educação informal é interpelada, seu conceito e utilização nos espaços de comunicação como televisão e internet, na perspectiva de propagação de valores e identidades, tendo como referências Brandão (2003); Freire (2014; 2015); Saviani (2013).

A comunicação de massa é um dos elementos chave da pesquisa, e é esmiuçada na perspectiva de Muniz Sodré (1989; 1996; 1996), tendo a televisão e a internet como grandes representantes dos veículos de comunicação de massa no Brasil.

O segundo capítulo é referente aos procedimentos metodológicos que são dedilhados, juntamente com o passo a passo da escolha dos recursos aplicados para a coleta e análise dos dados. A pesquisa de caráter qualitativo divide-se em três momentos, no primeiro há o emprego de recursos que estão na esfera do domínio público como vídeos de programas de TV e internet referentes a concursos de perigetes, atentando para a produção das imagens das perigetes nos mesmos.

No segundo momento, é realizada uma análise de imagens veiculadas na rede sócio-virtual Facebook<sup>1</sup> sobre as perigetes, atentando para a produção e reprodução de ideais de mulher que são adotados ou rejeitados quando a mulher em questão se classifica ou é classificada como perigete.

---

<sup>1</sup> Facebook é uma rede social virtual onde muitas postagens em forma de imagens podem ser compartilhadas, comentadas ou apreciadas por diversas pessoas.

A pesquisa contou com a participação de um grupo de onze jovens do sexo feminino, entre doze e dezoito anos, de uma escola pública localizada em Vitória de Santo Antão, que foram convidadas a participar de um grupo focal, as quais foram questionadas sobre as imagens apresentadas de mulheres que se caracterizam como periguetes e instigadas a falar sobre suas percepções, com a intermediação da pesquisadora objetivando trazer para a discussão questões de gênero, sexualidade, identidades, cultura e educação através das imagens e questões apresentadas, assim como a aplicação de um questionário para o mesmo grupo com doze questões relacionadas à temática.

Vale lembrar que a observação da postura das participantes é preponderante no auxílio da investigação sobre possíveis desconfortos, intimidações entre participantes ou qualquer outro tipo de limitação para uma efetiva participação, atendendo ao que Gatti (2012), preconiza como cuidados essenciais em uma investigação com grupo focal.

O terceiro capítulo trata das discussões dos dados achados na pesquisa, da análise dos vídeos de concursos disponíveis em sites na internet, do questionário aplicado às participantes do grupo focal. Tudo isso em um diálogo constante com o arcabouço teórico supracitado, respondendo aos questionamentos levantados na pesquisa, trazendo assim, novas considerações a partir do que já foi dito sobre a temática.

## 2. Fundamentos teórico-conceituais

### 2.1 Periguetes: uma relação que transcende a discussão de gênero e identidade

*Se o sexo é, ele próprio, uma categoria tomada em seu gênero, não faz sentido definir o gênero como a interpretação cultural do sexo. O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos.*

Judith Butler

O termo periguetes ou piriguetes surge na Bahia, trazendo um cunho pejorativo, no intento de descrever mulheres que priorizam diversão e prazer. O termo vem da palavra perigosa e referencia o comportamento de mulheres que vão a festas e se envolvem com diversos homens solteiros ou casados, sendo a maioria solteiras e muito simpáticas, agradando aos homens, conseqüentemente, provocando inveja em outras mulheres.<sup>2</sup> De acordo com essa concepção, periguetes são as mulheres independentes e liberais que procuram ter envolvimento físico com homens diversos, caracterizadas pelo desapego emocional, além de não ansiarem por relacionamentos duradouros.

Com a intenção de denominar mais que um mero signo, as periguetes, evoca uma conjuntura de valores e práticas inerentes a essa tribo de mulheres. Pouco encontrado nos dicionários formais, o vocábulo carrega estigmas diversos, como de beleza e comportamentos, assim como também mercadológica, porém este último de forma implícita.

Ao pensar a visibilidade social desse grupo de mulheres, que produz culturalmente – música, indumentária, linguagem, comportamento, valores, entre tantos outros, que provém concursos específicos de beleza, o que culmina em uma enorme produção de cultura e mercado entrelaçado ao *glamour* e *status* veiculados é que se evidencia a necessidade de um pensar crítico sobre o tratamento do corpo. O que na percepção de DaMatta (1997a) não passa de uma fragmentação do corpo feminino.

Nessa perspectiva, Ameno (2001) declara que o corpo feminino tem sido cada

---

<sup>2</sup> O conceito sobre periguetes pode ser conferido em <http://www.significados.com.br/piriguetes/>

vez mais esmiuçado, para cada ponto do corpo há um produto e cada produto tem uma função para que a mulher se sinta sempre bela e feliz e, assim continuar consumindo mais e mais, mas também inseguras de sua beleza e felicidade para consumirem da mesma forma. “Daqui a uns tempos, o corpo feminino será fragmentado em células e para cada célula haverá um produto embalado na perfumada promessa da juventude” (AMENO, 2001, p. 32).

A fragmentação do corpo feminino está intimamente relacionada com o mercado, com a necessidade de estímulo ao consumo de produtos que alegam trazer aglutinados elementos não materiais como a felicidade e beleza.

Perigete, em uma visão mais ampla, mercadológica e cultural, é a mulher que usa roupas justas, curtas, bastante sensuais, que marcam as curvas do corpo, que não tem medo de se expor, que não está preocupada com o que as outras pessoas alheias a elas mesmas falam, pensam. Esta definição condiz com depoimentos de mulheres que se intitulam as próprias perigetes em um concurso que visava eleger a mais bela perigete do Brasil (Programa do Ratinho, 2012)<sup>3</sup> (figura 1).

Figura 1: Concurso de Perigete do Programa do Ratinho



Fonte: google imagens

As perigetes estão associadas à sexualidade aflorada, de beleza sensual, destemida de censuras ou classificações sociais sobre comportamentos, e neste sentido Fischer (2002), afirma que a mídia nos convida diariamente a falar sobre a sexualidade.

Nilton (2006 p.57) esclarece que para um programa ser posto “no ar”, faz-se

---

<sup>3</sup> Concurso promovido no ano de 2012, exibido às quartas-feiras no programa do Ratinho da rede SBT de televisão, no horário noturno, com o intuito de escolher a mulher, que se alcunhava de perigete, mais bonita do Brasil. Selecionado a cada programa um Estado diferente para a exibição das moças que pleiteavam o prêmio.

necessário convidar o tevente a ficar frente à TV, precisa conquistar sua lealdade diária com assuntos que lhe reporte interesse. E é dessa forma que muitos programas se comportam, buscando efetivamente persuadir o telespectador oferecendo um roteiro de programações que suscite no mesmo interesse e curiosidade, apresentando-o algo que vai além de informações jornalísticas, mas também com entretenimento, dinamismo nas informações.

Nesses moldes de programas, as periguetes entram com facilidade em questão, pelo fato de ser uma temática atual, que mexe com as sensações, com os valores, julgamentos prévios, com a imagem estereotipada da beleza erotizada feminina que são comercializados em concurso de mulheres frutas, bumbuns e periguetes, imagem essa que se transporta para vários universos, inclusive do futebol (figura 2), reafirmando o poder de vender produtos e sonhos que a telinha tem.

Figura 2: Jacqueline Milet, musa do pernambucano 2014



Fonte: google imagens

O sonho de parecer com um personagem da novela (figura 3), de ter o bumbum parecido com o de uma mulher fruta<sup>4</sup> ou mesmo o cabelo, modo de vestir e viver de uma periguite, corrobora com a significativa notoriedade que produtos midiáticos têm perante o telespectador em relação aos desejos de consumo e necessidade de imitação e adequação da realidade referenciada pelos padrões dos personagens veiculados na TV, isso acontece, segundo Lazar (1999, p.105), porque “a imitação pertence à natureza humana”.

---

<sup>4</sup> São mulheres referenciadas como frutas por alguma correlação física, muito comum para dançarinas e cantoras de funk; expressão sempre ligada a supervalorização de algum atributo corpóreo como o bumbum e as mamas. São exemplos de mulheres-frutas: mulher moranguinho e a mulher melancia.



Figura 3: Personagem Periguete Valeska da novela Babilônia



Fonte: google imagens

As periguetes, assim como as mulheres-frutas (figura 4), que na visão de DaMatta são grupos que equacionam bem a lógica que relaciona a mulher à comida, a algo consumível, doce – assim como as frutas, que trazem ao mundo difícil da “vida”, da “rua” e do trabalho (masculino) um certo sabor adocicado que está longe das cozinhas, dos temperos e das boas mesas e camas, uma comensalidade enriquecedora (DAMATTA, 1997 b, p. 58).

Figura 4: Cantora de funk Mulher Melancia



Fonte: google imagens

A mulher nos moldes comportamentais – do lar, dá espaço à mulher destemida de taxações sociais, que tem sua sexualidade explorada, que não se deixa controlada sua sexualidade, a olhos nus, pelos homens, colocando o prazer do momento acima dos pactos, do caráter da procriação, da limitação, das ações socialmente arquitetadas e concretizadas como a astúcia das expressões verbais e comportamentais, contrariando a vocação “natural” das mulheres, que é estar confinada aos cuidados com as crianças, com os doentes e velhos, além de satisfazer as necessidades físicas e psíquicas dos homens (VIEZZER, 1989).

Pensando na composição do corpo e da sexualidade, Bourdieu (2002) entende que a constituição da sexualidade é revestida de “significação social” porque o corpo tem uma construção social, assim como também o modo como lidamos com ele. Portella contribui afirmando que:

A subordinação e a opressão de gênero se dá em grande parte através do controle do corpo das mulheres. É através da posse, do domínio dos corpos das mulheres pelos homens que se ordenam muitas das práticas socioculturais em nossa sociedade (PORTELLA, 2001, p. 75).

Sendo assim, o corpo é construído, provisório, mutável e mutante. Sendo essa construção social e cultural, produtora e reprodutora de representações que regulam os corpos e discursos sobre os mesmos (GOELLNER, 2003).

Logo, é possível afirmar que reconhecer-se periguetes também reflete indumentária, desta feita, questões mercadológicas estão imbricadas e representadas na mídia – que traz os artifícios recheados de charmes e peripécias.

Em sua forma discursiva, mídia e consumo operam de forma a criar sistemas de representação e identificação dos quais é difícil não participar. Mídia e consumo produzem, em alguma medida, a cultura cotidiana da qual participamos, e assim acabam por regular, de alguma forma, nossas condutas. Não significa que isso ocorra de forma impositiva e que os sujeitos não tenham escolha. O que quero dizer é que mídia e consumo fazem parte da nossa esfera cotidiana de negociação de significados de tal modo que acabamos por constituir uma cultura midiática e de consumo (MOMO, 2007, p. 55).

O que evidencia o poder plausível da mídia quando o assunto é consumo, representações e identificações suscitadas aliadas a isso, corroborando com a criação e reforço de esferas sociais que elevem a práticas condizentes com as postulações de tais comportamentos, mediante ao consumo e identificação feminina com conceitos de vestir de acordo com a metodologia das periguetes. Falar em periguetes e em práticas sociais remete de instante às relações de gênero e sobre isso Pires entende que:

As relações de gênero são determinadas pela cultura e pela história. Compreendê-las em suas representações e práticas femininas e masculinas, exige certa comparação entre os modos como as pessoas enunciam e definem certas práticas sociais (PIRES, 2008, p. 01).

A objetivação do masculino e feminino em entidades ontologicamente diferentes é, portanto, regulada por uma assimetria que atravessa processos sociais e até mesmo cognitivos que participam para esta construção do “ser” homem e do “ser” mulher. Diante disto, pode-se dizer que os indivíduos dirigem a sua percepção de pertencimento sexual nas interações diárias, de forma oblíqua, percebendo que a

atenção dedicada ao comportamento das mulheres não é orientada pelo reconhecimento da sua diferença, enquanto indivíduos, mas sim pela acentuação das restrições, dessa diferença, enquanto categoria, ou acaso.

O que conflui para uma assimetria que desempenha função reguladora dos efeitos das mudanças sociais sobre o universo simbólico que diferencia o feminino do masculino (AMÂNCIO, 1993), sendo os meios de comunicação de massa, como a televisão, importantíssimo fator influente na construção e afirmação de regulações sociais, corroborando e difundindo discursos voltados à representação de conceitos e valores que possam massificar ao máximo o ideário excludente. Inviabilizando, silenciando e marginalizando mulheres que expressem livremente sua sexualidade não condizente com o que referenciado pela mídia (SANTOS, s.d).

Nessa perspectiva, existe aceitação social no comportamento das periguetes, mas geralmente nas ruas, nos encontros esporádicos, desprovidos de compromissos afetivos, sendo reprovadas pela sociedade que ainda pode ser classificada como machista, conservadora de estereótipos de mãe, mulher, esposa e trabalhadora, porque discursos repletos de conceitos e valores ainda demarcam a sexualidade feminina, em consonância direta com a mídia.

Ser periguite tornou-se mais que um comportamento “da noite”, dos bares; virou modo próprio de vestir, de comportamento e reconhecimento de desinibição, quebra do decoro conservador vigente sobre o corpo feminino, linguagem e necessidades de proteção masculina e satisfação sexual do outro, produzindo mudanças culturais sobre a dominação do gênero masculino sobre o feminino. Logo, uma visibilidade social independente da “permissão para atuar” do homem. Cerqueira et al (2012) diz que sobre o corpo feminino há enormes “batalhas” de poder, nele estão registradas as marcas da cultura.

Os corpos das mulheres sofrem maior regulação e estão subordinados a uma maior exibição. A busca pela liberdade de expressão, de liberação do corpo, de equidade de gênero pode ser mencionada atrelada a necessidade de se mostrar e reconhecer como periguite, como produto de um meio que discute às novas possibilidades de representação para o gênero feminino contemporâneo, porque “o corpo é uma construção sobre a qual são conferidas diferentes marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc.” (GOELLNER, 2003, p. 28).

Desta forma, respeitar a decisão de uso e desuso do próprio corpo,

independente dos padrões sociais impostos à mulher brasileira perpassa por abranger as intepretações que uns e outros grupos de pessoas e a própria mídia impõe sobre o ser “mulher”, sobre o que venha a ser respeitoso, tolerável, valorizado como certo ou errado. Indicam respeito às diferenças de escolhas de defesa de valores, opções de comportamentos que inferem protesto, que podem abismar a sociedade ou simplesmente um modo desinibido, destemido de se qualificar, vestir e usar o próprio corpo e identificar.

## 2.2 Gênero e sexualidade – uma lógica binária?

Gênero é um conceito social, que necessita ser pensado em sua pluralidade e que se diferenciam a depender do contexto histórico de uma sociedade. Silva (2013, p. 105) afirma que “o conceito de gênero foi criado precisamente para enfatizar o fato de que as identidades masculina e feminina são historicamente e socialmente produzidas”. Gênero, portanto, refere-se aos processos de construção social da sexualidade enquanto identidade, por sua vez sexo delimita-se aos aspectos biológicos da identidade do sujeito.

Muitas são as vertentes que tentam explicar a diferença entre sexo e gênero. Butler (2015) se contrapõe a ideia de sexo como um dado da natureza, ou seja, um fator biológico e de gênero como um registro da cultura e da sociedade. Sexo é, portanto, uma categoria social que também é culturalmente construída e gênero uma categoria performativamente construída. Ainda que gênero seja uma dimensão de análise, também é aplicado como uma marca de diferenças biológica, linguística e/ou cultural.

No Brasil, a partir dos anos 80 foi que o termo gênero começou a ser utilizado, ultrapassando a lógica da simples conferência dos papéis dado aos homens e mulheres, confluindo para o entendimento de gênero como identidade dos sujeitos que é objeto de estudo de Guacira Louro.<sup>5</sup>

O comportamento das periguetes confronta a lógica da abordagem moral-tradicionista anunciado por Furlani (2011) que desencoraja a prática sexual e “defende a monogamia, o casamento, castidade pré-marital, a educação separada para meninos e meninas; prega a intolerância com as práticas sexuais e com os modos de viver a sexualidade que não sejam os reprodutivos” (2011, p.17).

Também contrapõe a abordagem religioso-radical que é exemplo de opressão sexista, legitima a homofobia, faz manutenção da família patriarcal e reforça a submissão feminina. Compreende esse grupo na abordagem dos direitos sexuais e abordagem emancipatória que tem como aporte a Declaração dos Direitos Sexuais que no Artigo 7º versa sobre o direito à livre parceria sexual, ou seja, liberdade para casar ou não, divórcio e estabelecimentos de outros tipos de associações sexuais,

---

<sup>5</sup> Guacira Louro é historiadora, mestre e doutora em educação. Suas obras voltam-se para o campo do gênero, sexualidade, teoria *queer* e educação.

desde que de forma responsável.

As considerações que a declaração dos Direitos Sexuais traz são elementos amplamente apresentados e discutidos pelos grupos de movimento de mulheres, pois esses movimentos trazem um histórico de luta pela liberdade do corpo feminino em sua matriz ideológica. O que é sexo e gênero é constantemente revisado.

A definição de Brym et al (2010) sobre o que é gênero, identidade de gênero e papel de gênero conflui maximizando e elucidando para a discussão até então apresentada.

Os sociólogos distinguem o sexo, biológico, do **gênero**, sociológico. Seu gênero é composto pelos sentimentos, pelas atitudes e por comportamentos geralmente associados a homens e mulheres. Sua **identidade de gênero** é sua identificação com um sexo particular, ou o sentimento de pertencer a esse sexo – tanto do ponto de vista biológico quanto do ponto de vista psicológico e sociológico. Quando você se comporta de acordo com as expectativas amplamente compartilhadas acerca de como homens e mulheres devem agir, você está adotando um **papel de gênero** (grifos dos autores).

Desta forma, como nos vemos - homem ou mulher, vai além da percepção do órgão sexual que a genitália carrega, trazendo outros significados, sentimentos de pertença e bem-estar físico e emocional. Ser homem ou mulher depende do sentir-se homem ou mulher, do reconhecimento dos papéis de gênero que se conforta em desempenhar.

Ao aceitarmos que a construção do gênero é histórica e se faz incessantemente, estamos entendendo que as relações entre homens e mulheres, os discursos e as representações dessas relações estão em constante mudança. Isso supõe que as identidades de gênero estão continuamente se transformando (LOURO, 2014, p. 39).

Afirmar que gênero e sexo são categorias diferentes e bem definidas não é conclusivo, nem consensual após ler os estudos apresentados, mas a identidade que o sujeito carrega e reconhece são fatores preponderantes para que essas categorias se definam no sujeito.

Não necessariamente gênero e sexo são categorias diferentes, são interdependentes e necessitam mutuamente uma da outra para existirem, pois gênero e sexo falam de um mesmo corpo que traz em sua existência marcas e demandas sociais a satisfazer.

## 2.3 O corpo

O corpo é um dado histórico. Muitas marcas são conferidas ao corpo, comumente ligadas à cultura de um povo. “O corpo é uma construção sobre a qual são conferidas marcas em diferentes tempos, espaços, conjunturas econômicas, grupos sociais, étnicos, etc.” (GOELLNER, 2003, p. 28).

O corpo, assim como as identidades, não é fixo, nem indiferente às mudanças tecnológicas e culturais, responde aos códigos morais, discursos e representações que são produzidos e criados sobre ele. As vestimentas, a imagem que ele se apropria, os sentidos que são acoplados, capturados ou reiterados são produzidos pelos significados culturais e sociais que vão se materializando e configurando ideologicamente todos os dias na sociedade. (GOELLNER, 2003).

O corpo é uma construção social como afirma Bourdieu (2002), e é criado pela sociedade para responder às necessidades da mesma. Homens e mulheres têm seus papéis definidos pelo que é posto cotidianamente no meio em que vivem e nessa regulação os corpos das mulheres são mais susceptíveis a sofrerem mais que os corpos dos homens. O que rememora de imediato a frase célebre de Simone de Beauvoir (1970) “Não se nasce mulher, torna-se mulher”, porque as mulheres são ensinadas a serem mulheres ao longo da existência.

O corpo comunica quem é. Comunica às identidades que adota. “O corpo humano sempre serviu como uma espécie de propaganda que anuncia o gênero da pessoa” (BRYM, et al, 2010, p. 261). As marcas que representam o corpo são os estigmas, que são como tatuagens que definem o corpo individualmente ou coletivamente.

O corpo tem sido dividido, demarcado e cada vez mais depositado nele expectativas. Sobre o mesmo, maior ou menor status são definidos, principalmente quando está relacionado à sexualidade. Corpos femininos e masculinos são dotados de percepções e valorizações diferenciadas no contexto da hierarquização da nossa cultura, que constituem no abrigo de nossas identidades a ideia do corpo em relação ao gênero. O corpo é performático, é moldado para ser o que é de acordo com o sexo biológico que possui e para isso toda uma performance é cultivada. (BUTLER, 2015).

“O corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade – por exemplo,

para a identidade sexual” (WOODWARD, 2011, p. 15).

O corpo tem carregado estereótipos, que são “estratégias ideológicas de construção simbólica visam a naturalizar, universalizar e legitimar normas e convenções de conduta, identidade e valor que emanam das estruturas de dominação social vigentes” (FREIRE FILHO, 47- 48, 2004). O estereotipo sobre os corpos promove o que não é dito, e ultrapassá-lo requer um contínuo refazer de leituras sobre esses padrões preconceituosos.

Os corpos vêm sendo incitados à erotização, amplamente veiculado pelos meios de comunicação de massa, no qual novas formas de exploração dos corpos e da sexualidade têm sido vivenciadas. (FELIPE, 2003). A educação sexual é uma estratégia para combater as imposições sobre o corpo e a sexualidade do indivíduo e aprender a viver o próprio corpo e sexualidade livres de opressões.

A educação sexual pode contemplar essa discussão e possibilitar, a partir da compreensão desses mecanismos coercitivos impostos historicamente, uma vivência mais positiva e livre do corpo, do prazer advindo dele, deste prazer compartilhado com o outro, da sexualidade pessoal. Penso que o mais importante não é exatamente o tipo de corpo que temos, mas aquilo que podemos fazer com ele, com seu potencial de sedução e com a capacidade de torná-lo suficientemente erótico e sensual ao prazer e à satisfação sexual e afetiva e para isso, o primeiro passo, é gostarmos dele (FURLANI, 2009, p. 30).

Quando pensamos na susceptibilidade da erotização e hierarquização da exploração da imagem corporal remete-se de imediato à juventude, que tem sido cada vez mais seduzida a olhar e vivenciar seu corpo e sua sexualidade de acordo com ditames sociais pré-estabelecidos pelos meios de comunicação de massa. Nessa perspectiva, “juventude e sexualidade são categorias sociais que a mídia explora como indissociáveis uma da outra e como centrais na nossa vida” (SILVA; SOARES, 2003, p. 86).

Desta forma, os corpos femininos e masculinos tem se debruçado em uma sociedade que intenta trazer modelos prontos de identidades corporais que não necessariamente contemplem as especificidades das identidades individuais de cada um. E nessa luta de vivenciar seus corpos, de acordo com as identidades que o ser humano carrega que movimentos ganham visibilidade em nossa sociedade. Seja movimento de mulheres, de negras, de transexuais, e etc, os movimentos buscam reconhecimento para esses corpos que não são meros instrumentos de reprodução biológica e social.



Os movimentos de mulheres, através dos estudos feministas, pontuam sempre as relações de poder. E sobre nossos corpos estão inscritos embates de poder. Através dos movimentos feministas foram desveladas as formas de silenciamentos que inferiam em invisibilidade e opressão as mulheres e a seus corpos historicamente.

O corpo e a voz feminina denunciam os problemas advindos da percepção do homem como ser dominante, único, invariável e imutável e da mulher como sujeito de segunda categoria, afônica.

Se os movimentos contribuíram para a vitimação da mulher ou se culpa as mesmas por uma postura social inferiorizada, o fato é que conflitos são perpétuos nessa área de estudo. O fato é que as mulheres podem e devem possuir seus corpos e vivenciar sua sexualidade como sujeito pleno. Se o modo de vestir seus corpos são meros reflexos das relações de poder ou um modo libertário de usá-lo, isso são questões complexas em que os movimentos feministas tem se debruçado em seus estudos.

Studart (1990) revela que para uma sociedade ser mais justa para com as mulheres é preciso menos patriarcado e menos "eterno feminino". Ataca a ideia do eterno feminino, que extirpa a criatividade, por ser uma expressão última que limita as mulheres quanto ao seu papel na sociedade, por esperar que se cumpra os estereótipos femininos, em uma eterna defesa do parasitismo do outro, porque a dependência econômica seja forçada ou não, tendo em vista que muitas mulheres, conscientes ou não disso, sentem-se felizes em não realizar trabalho externo ao lar.

Studart, afirma também que a divisão sexual do trabalho é resistente ao tempo, pois as mulheres sempre foram pouco exigidas, ficando para as mesmas as preocupações corriqueiras como o preparo da comida e a birra das crianças, ainda que a mulher trabalhe e/ou estude, as atividades domésticas sempre lhe sugam tempo o suficiente que impeçam seu desenvolvimento frente ao homem. Tendo em vista que ao chegar em casa as mulheres precisam realizar as tarefas domésticas, enquanto esse tempo é usado pelo homem para atividades de lazer ou aperfeiçoamento. Desta forma, o corpo da mulher fica aprisionado a repetição de atividades que demandam tempo suficiente para suprimir a liberdade de seu próprio corpo sexuado.

A libertação do corpo da mulher toma vieses diversos, pois pode servir de oportunidade de resguardo ou exibição em passarelas e revistas, como uma imagem erotizada para o mercado ou simplesmente o direito sobre o próprio corpo e qualidade de vida.

A liberdade sexual reivindicada pelas mulheres não pode ser confundida com disponibilidade. Ao contrário, dispor do próprio corpo significa assumi-lo conscientemente, assenhorar-se dos próprios desejos para manifestá-los ou não, para satisfazê-los ou não, de forma livre e responsável, não mais determinada pela necessidade do outro, mas num verdadeiro encontro de necessidades independentes, ou melhor, interdependentes (GUTIÉRREZ, 1985, p. 103).

Reapropriar-se do que lhe é comum, do próprio corpo está repleto de significados, a mulher pode migrar de objeto sexual a sujeito consciente de sua sexualidade, ou seja, transformar-se em um sujeito sexuado que não mais tem obrigações para com o outro, mas sim para consigo, sendo reconhecido por igualdade de capacidade de expressar e comunicar suas necessidades e desejos.

## 2.4 Identidade na perspectiva de Stuart Hall

A identidade, na perspectiva de Hall (2014) é uma questão que cada vez mais vem sendo debatida extensivamente na teoria social. As identidades do mundo moderno estão em crise pelo advento das novas identidades que vêm surgindo constantemente. Identidade possui um conceito complexo, e nas ciências sociais é rediscutido e ainda pouco compreendido, não podendo, desta forma, ter um conceito conclusivo na sociedade atual, pós-moderna.

Stuart Hall, na obra – A identidade cultural na pós-modernidade, traz três concepções diferentes de identidade: identidade do sujeito do Iluminismo; Identidade do sujeito sociológico; Identidade do sujeito pós-moderno.

O sujeito do iluminismo baseia-se na “concepção de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação” (HALL, 2014, p. 10). Sendo assim, há um centro essencial que consiste em um núcleo interior, no “eu”, em uma identidade unificada na razão que o sujeito desenvolve ao longo da vida.

O sujeito sociológico compreende o núcleo interior do sujeito como algo complexo, formado da relação com outras pessoas consideradas importantes para o este. Logo, a interação e a transformação do sujeito pela intervenção do externo colaboram na concepção da identidade, na perspectiva sociológica. Desta forma, o espaço entre o exterior e o interior – entre o pessoal e público são preenchidos. A identidade unificada e estabilizada começa a ser fragmentada, problematizando as identidades (HALL, 2014).

Por sua vez, o sujeito pós-moderno é marcado pela instabilidade, fragmentação e contradição das identidades. Seguindo essa premissa, os sistemas culturais a que estamos cercados na contemporaneidade, muito têm a contribuir na transformação constante das nossas identidades. Somos diferentes e em diferentes momentos. A coerência e segurança são fantasias que não contemplam o universo das identidades do sujeito pós-moderno (HALL, 2014).

Adotamos como referência a identidade do sujeito pós-moderno, pois as identidades não são fixas, elas estão em constante mutação, são várias e podem coexistir na pluralidade do sujeito.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2014, p. 12).

As identidades que possuímos, sejam em caráter temporário ou permanente fazem diálogos com os sistemas culturais que nos são apresentados ao longo da vida, resignificando-se deveras vezes.

## **2.5 A importância da diferença nas identidades**

Woodward (2011) afirma que "a identidade é marcada pela diferença", algumas diferenças são mais visibilizadas que outras, a depender do lugar e momento histórico. Segundo a autora, conceituar identidade é importante, pois as identidades estão inscritas em sistemas de poder que enquadram nossos corpos e dão significados a eles, que podem ser contestados ou variáveis. "O corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade – por exemplo, para a identidade sexual" (WOODWARD, 2011, p. 15).

As identidades individuais e coletivas estão imersas de representações que dialogam com processos culturais recheados de indagações e possíveis repostas sobre quem se é, quem se quer ser o sujeito.

Os sistemas de comunicação como conhecemos, em especial, "a mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular" (Woodward, 2011, p. 18), essas inferências têm o objetivo de persuadir para a compra de objetos e ideologias, utilizando-se da identificação através das imagens para obtenção de sucesso. Significados são produzidos, assim como as identidades, há um deslocamento que muda o foco: da representação para as identidades.

" As identidades são diversas e cambiantes, tanto nos contextos sociais no quais elas são vividas quanto nos sistemas simbólicos, simbólicos por meio dos quais damos sentido a nossas próprias posições" (WOODWARD, 2011, p. 33). A

autora acredita que há uma crise de identidade, pois convivemos não necessariamente de forma harmoniosa com várias identidades, que podem mudar de acordo com o local e tempo, além de uma tendência cada vez mais geral de evitar fixações de identidades, sejam de raça, classe ou mesmo do gênero e da sexualidade.

" As identidades são fabricadas por meio de marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença" (Woodward, 2011, p. 40). Desta forma, necessitamos do outro, do que não nos é particular para definir, ao menos temporariamente, o que somos ou desejamos ser. "A diferença é aquilo que separa uma identidade da outra, estabelecendo distinções, frequentemente na forma de oposições" (WOODWARD, 2011, p. 42).

A diferença está para o que não nos é igual, o que não implica desigualdade. "A diferença pode ser construída negativamente – por meio da exclusão ou da marginalização daquelas pessoas que são definidas como "outros" ou forasteiros. Por outro lado, ela pode ser celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora" (WOODWARD, 2011, p. 50-51).

Nossa formação social é nitidamente marcada pela necessidade da diferença e da "eliminação física do 'outro' ou sua escravização" (Candau, 2005, p. 13), o fato é que a violência para negar a nossa distinção faz parte da marcação da identidade. Logo, "os processos de negação do 'outro' também se dão no plano das representações e no imaginário social" (CANDAU, 2005, p. 13).

Desde o século XX estamos à mercê de uma globalização que exclui os diferentes, que nega direitos e pratica violência de toda ordem com quem não se enquadra nas mesmas identidades valorizadas, promove tensões entre os iguais e os diferentes.

Articular igualdade e diferença constitui outra questão que permeia todo o nosso trabalho. No entanto, o problema não é afirmar um polo e negar o outro, mas termos uma visão dialética da relação entre igualdade e diferença. Hoje em dia não se pode falar em igualdade sem incluir as questões relativas à diferença, nem se podem abordar termos relativos às políticas de identidade dissociadas da afirmação da igualdade (CANDAU, 2005, p. 17).

As identidades são negociadas constantemente e por isso seu caráter mutável, instável, a depender do contexto que representa nossos interesses, a mesma pode variar.

Silva (2011) relata que na perspectiva da diversidade, a diferença e a identidade acabam sendo naturalizadas, ou seja, esvaziadas de sentidos culturais e históricos, e que são cristalizadas e ignorados seu caráter emergente de importância. Identidade e diferença são interdependentes, pois conceber a identidade pessoal ou coletiva depende da percepção do que é alheio, do que é diferente. Logo, diferente é aquilo que não é reconhecido como pertencente a rotina, ao credo, aos interesses do sujeito. São criações sociais e culturais que dependem uma da outra para sobreviver. Existe uma finalidade para que identidade e diferença coexistam, não há candura nisso. Quando se define o que é identidade, a diferença é logo apontada, seja de modo negativo ou por meio de descrições evidentes que apartam uma da outra.

"Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre 'nós e 'eles'" (Silva, 2011, p. 82). A diferença é parte fundamental da identidade, inclusive na sua fixação.

"Fixar uma determinada identidade como a norma é uma das formas privilegiadas de hierarquização das identidades e das diferenças" (Silva, 2011, p. 83), pois a identidade está imersa de relações de poder. A depender de que identidade e de quem fala sobre ela, o outro será sempre o diferente, a identidade será a norma o padrão, o "correto", o viável e o outro será o desviante, o estrangeiro. A lógica da identidade e da diferença parte de um pressuposto binário, onde ou se é um ou outro e com isso relações de poder são estabelecidas.

Ao falarmos de identidades sexuais, é perceptível a lógica binária e de poder estabelecidas. O heterossexual é a norma, o homossexual é o desviante, logo, o diferente é nesse caso marcado negativamente na sociedade.

Existe uma tendência à fixação das identidades, embora as mesmas sejam mutáveis e dependam do contexto histórico-cultural para permanecer. As identidades

são em si subversivas, embora a luta por enquadramento, fixação e estabilização sejam constantes e necessários para marcar a diferença.

A escola educa o corpo de acordo com a pedagogia definida pela instituição. Guacira Louro (2000), em sua obra - O corpo educado: pedagogias da sexualidade, traz considerações importantes sobre a importância da educação no modo como jovens percebem e vivem suas identidades sexuais e de gênero. O sexo, o corpo é marcado por dimensões sociais. Ser mulher ou homem na sociedade significa estar constantemente regulado pela cultura e interesses sociais.

As identidades sexuais que divergem do padrão – heterossexual, são consideradas desviantes, transgressoras e ameaçadoras à ordem moral social. Louro (2000) faz uma crítica ao entendimento da sexualidade como algo imutável e inerente ao ser humano pela definição da natureza. "A sexualidade envolve rituais, linguagens, fantasias, representações, símbolos, convenções... processos profundamente culturais e plurais" (p. 06).

Desta forma, o natural, o que é puramente biológico é confrontado, inclusive a concepção de corpo. Pois, os corpos são recheados de significados sociais, o que se espera do corpo feminino ou masculino de acordo com uma determinada cultura são evidenciados como marcas de uma cultura. "As identidades de gênero e sexuais são, portanto, compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade" (2000, p. 06).

Reconhecer-se em uma identidade não é tarefa simples. Até porque somos plurais, mutáveis, instáveis, fragmentados, históricos, assim como as identidades, pois a percepção do sujeito quanto às suas identidades refletem desejos e interesses que podem mudar de acordo com o tempo e espaço em que o mesmo se encontra. O corpo ganha uma constituição central na vida dos sujeitos e a instabilidade no campo das identidades desestabilizam a ordem fixa que a social intenta trazer sobre as identidades sexuais e de gênero dos sujeitos. O corpo muda seja pela ação do tempo ou pelas marcas da cultura. O que a mídia entende por estética e saúde corporal pode variar e com isso o modo como lidamos com ele. Investe-se muito nos corpos, pois sobre eles as outras tantas identidades são sobrepostas.

Louro (2000) afirma que a produção da sexualidade "normal" é tarefa constante dos espaços formais de educação. Higienizar moralmente o uso do corpo

e da sexualidade fazem parte de uma disciplina talvez mais rígida que a aprendizagem das letras e números, tendo em vista que o disciplinamento do corpo faz parte de um condicionamento diário nas salas de aula. Os aprendizes precisam controlar os esfíncteres assim como os desejos sexuais no ambiente escolar, sob possibilidade de punições morais e até mesmo físicas para a insubordinação.

As ações pedagógicas para o corpo ditam o quão dócil e repreendido devem ser um corpo feminino, pois como afirma Fischer (2002) os corpos femininos sofrem mais regulações que os masculinos. Ser "civilizado" infere diretamente no quão um corpo pode ser disciplinado, programado para o que a cultura espera dele.



## 2.6 Movimentos feministas

O agrupamento de pessoas por afinidades não necessariamente se constitui um movimento social. As periguetes, por exemplo, reúne-se e afirma-se por especificidades do grupo como linguagem, indumentária e atitudes que subvertem a lógica de relacionamentos “conservadores” e o modo com a mulher percebe e convive com o próprio corpo, sexualidade e reprodução. Esse grupo não traz uma filosofia de vida que tenha lutas em sua trajetória, todavia trazem aspectos das discussões dos movimentos feministas em sua organização, como a liberdade de atuar com o próprio corpo e suas emoções.

O casamento e a procriação não são destinos tecidos pela sociedade e nem o modo como vivem a própria sexualidade. Como todo organismo que vai de encontro a opressões, as periguetes são marcadas negativamente e sofrem sanções sociais ao assumirem as suas identidades individuais e coletivas.

As conquistas das mulheres não se deram por acaso, foram e são objetos de muita luta e atuação dos movimentos sociais, especialmente dos movimentos de mulheres (BRYM, et al 2010).

A partir da década de 60 do século XX, em momento de intensa efervescência política e cultural, que o movimento feminista inicia discussões sobre as questões relativas ao corpo, à sexualidade e à reprodução (PORTELLA, 2001).

Na politização do movimento feminista o corpo era concebido como algo moldado ideologicamente por práticas culturais e passível de disciplinamento. A ideia de autonomia individual e coletiva, como condição de existência política e pessoal.

A partir dos anos 70 a expressão *mulher-objeto* toma evidência nas discussões feministas. A expressão se contrapõe a noção de mulher-sujeito. A crítica está na condução e controle do corpo trabalhador e sexual feminino em prol do homem.

A própria virgindade como dever feminino antes do casamento é questionada, assim como a obrigatoriedade de constituir matrimônio. Essas transgressões acompanhavam a má-fama de ficar “solteirona” ou para “titia”, pois as mulheres que não se casavam eram fadadas aos cuidados dos sobrinhos e a carregar essa marca por toda a vida. Muito pior aconteciam as que decidiam viver sua sexualidade livre do casamento, eram taxadas de imorais e não poderiam ser levadas à sério.

Para a maioria das mulheres, o trabalho doméstico era um destino

circunscrito através do nascer mulher, assim como o de usar o corpo sexuado como trabalho reprodutivo e de prazer masculino. O mercado formal de trabalho e as universidades eram espaços que pouco acesso às mulheres (PORTELLA, 2001).

Nos anos 80, o grupo SOS CORPO grupo de feministas do Recife, encheram os muros da cidade com a pergunta: *Pergunta se ela goza*, que trouxe mais que uma visibilidade para as questões do corpo feminino, do prazer e do dever do sexo. A igualdade do direito ao prazer e interação com o próprio corpo são debatidas representando uma grande agitação social

Nos anos 90 o tema da dupla-jornada de trabalho entra em questão nos debates feministas. A sobrecarga de trabalho e as consequências diretas no campo individual e coletivo são esmiuçadas.

As mulheres submetidas à carga de trabalho dobrada eram privadas nos seus espaços privados de possibilidades de autocuidado, crescimento pessoal e possibilidade de intervenção no mundo, pois as tarefas domésticas, os cuidados com as crianças, idosos e companheiros demandavam grande empreendimento de tempo e esforço.

A divisão sexual do trabalho entra em pauta e com o reconhecimento e da diferenciação do trabalho definido pelo sexo que o sujeito carregava. Os homens se dedicavam as atividades de produção e as mulheres as de reprodução da vida cotidiana (PORTELLA, 2001).

Os desejos e as pretensões pessoais e profissionais femininas são postas em discussão no século XX, caminhando para uma liberdade maior da sexualidade e da atividade produtiva das mulheres.

Discussões sobre gênero, sexualidade e identidade são premissas nos movimentos feministas, assim como tornar a mulher visível. A visibilidade que Louro (1997) retrata, refere-se ao sujeito, incluindo a participação na ciência.

O rompimento da ideia de que cabia às mulheres a assistência ao marido, filhos e idosos, sempre como apoio, em posições consideradas secundárias, geralmente ligadas ao cuidado e à educação, ou seja, à esfera doméstica é questionada a partir dos movimentos feministas, trazendo assim novas perspectivas sobre o corpo da mulher enquanto trabalho e sexualidade. Há uma busca por romper com os silêncios produzidos para as mulheres nas esferas individuais e coletivas.

A quebra do silenciamento das mulheres na ciência, que agora podem sagrar-

se protagonistas de suas próprias histórias, pesquisadoras por direito, faz nascer os estudos da mulher que desvela temas conflituosos como o direito à vivenciar a própria sexualidade e reconhecer as identidades individuais dos sujeitos.

Coloca-se aqui, no meu entender, uma das mais significativas marcas dos Estudos Feministas: seu caráter político. Objetividade e neutralidade, distanciamento e isenção, que haviam se constituído, convencionalmente, em condições indispensáveis para o fazer acadêmico, eram problematizados, subvertidos, transgredidos (LOURO, 1997, p. 19).

Os movimentos feministas ampliam a visão puramente objetiva da ciência, e apresentam outros modelos, outras necessidades a satisfazer enquanto ciência, objeto de pesquisa. Estar alheio ao que se estuda não pode mais ser uma máxima científica.

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico. Para que se compreenda o lugar e as relações de homens e mulheres numa sociedade importa observar não exatamente seus sexos, mas sim tudo o que socialmente se construiu sobre os sexos (LOURO, 1997, p. 21).

Ser homem ou mulher ultrapassa a simples identificação do sexo que se carrega, mas o que foi pensado sobre cada qual. O modo como homens e mulheres se reconhece é moldado socialmente, sendo tais mudanças constantes.

Atualmente, muitas são as críticas aos movimentos feministas tradicionais do século XX e suas conquistas.

Agenita Ameno em uma entrevista concedida à Editora Record sobre sua obra “Crítica à tolice Feminina” desmistifica ganhos para as mulheres, relata que o impulso para a igualdade entre homens e mulheres são conquistas, mas não femininas porque vê o capitalismo como responsável por esses ganhos. Rompendo, dessa forma, com os movimentos feministas tradicionais.

A ruptura começa quando coloco que as ditas “conquistas femininas” são realmente conquistas, mas não femininas. São moldadas pelo sistema para as mulheres. A maioria dos discursos de libertação feminina e todas as tentativas — bem intencionadas ou perversas — de nos fazer acreditar que emergiu, no século vinte, uma nova mulher, cujo brilho resplandecerá no terceiro milênio, são artifícios socialmente arranjados e remontados, assim como têm sido e continuarão sendo o corpo e a “condição feminina” (AMENO, 2001).

Na visão da socióloga, um novo modelo social precisa ser perseguido, onde as riquezas estejam para todos, ou seja, uma transformação social; um movimento de busca por humanização, onde todos têm vozes ouvidas e necessidades básicas de existência satisfeitas.

Não é a mulher que tem de se desdobrar, se mutilar e se adaptar para atender e satisfazer ao sistema, mas este é que precisa ser adaptado para atender aos interesses da mulher. Atender aos interesses femininos significa atender aos interesses humanos. Não me refiro a uma sociedade dominada pelas mulheres ou subordinada a elas, mas a uma sociedade dominada e subjugada pelas necessidades humanas mais essenciais, independentes do sexo. Porque onde cabe a mulher, cabem o homem, a criança, o velho, enfim, cabemos todos (AMENO, 2001).

Agenita Ameno traz a concepção do feminismo como uma ideologia de humanização e desmistifica o vislumbre que se tenta colocar na mulher-maravilha do século XXI.

Ser mulher não se trata de superioridade ou demagogias religiosas e morais, nem de misticismos. Compreende que as mulheres que não se preocupam em lutar por construir uma sociedade igualitária, que torne a própria existência mais confortável são tolas.

Com as críticas sobre as mulheres e aos movimentos de mulheres é posto sempre em xeque a importância de se ampliar os estudos na área e demonstra o amadurecimento e importância das discussões dos estudos sobre mulheres no século XXI.

## 2.7 O novo feminismo anunciado por Gutiérrez

Muitos fatores contribuíram para a disseminação do feminismo, dentre eles o avanço tecnológico e científico, tanto pelo advento da pílula, quanto da mecanização de algumas atividades permitindo uma maior inserção das mulheres no mercado de trabalho e do controle de natalidade. Assim como também a liberação cultural, fator que favoreceu uma maior liberdade sexual.

O movimento feminista expande seus grupos de reflexão pelo mundo, os direitos das mulheres são inquiridos e as discriminações e violências são denunciadas. O feminismo não é autoritário e as relações interpessoais assim como de troca de experiências são priorizadas. "A construção de uma nova identidade feminina pressupõe a denúncia e o desmascaramento sistemático da pseudo-identidade fabricada pela cultura patriarcal ou falocrática" (GUTIÉRREZ, 1985, p. 103).

Gutiérrez (1985), declara que o feminismo é um humanismo e que "as feministas lutam faticosamente pela transformação radical das relações entre os sexos até agora desvirtuadas e desfiguradas pela ideologia misógina do patriarcado (p. 117). Elenca o que o feminismo é e o que não é.

O feminismo, portanto, não é um machismo às avessas, pois não detém uma postura reacionária, nem de mera repetição do que está posto sem questionamento, não pretende restaurar o matriarcado, pois a ideia é de compartilhamento e não de opressão sexual pelo poder. O combate ao homem não é alvo do feminismo, mas o combate às opressões sexistas promovidas pelos homens.

O feminismo não é um movimento organizado por mulheres frustradas, mal-amadas ou masculinizadas, pois a imagem de bem-amada como aquela que é passiva, submissa e conformada é apenas um estereótipo que agrada aos homens e não as mulheres.

As feministas não coadunam com a falta de pauta nas teorias marxistas, quando as peculiaridades das causas femininas são negligenciadas em nome de um todo chamado luta de classe, que não contempla suas especificidades. Logo, o

feminismo também não é um ancoradouro do berço da moral burguesa tradicional que vê na família reduto do sagrado; um sagrado que hostiliza a mulher.

O que seria então o feminismo? O feminismo é um humanismo no sentido mais revolucionário da palavra. A mulher é um ser humano que tem a capacidade de superar-se e possível de desvincular-se do patriarcalismo. A mulher é sujeito da História, que é crítico, que toma a palavra, que denuncia opressão, que se realiza enquanto ser humano.

A luta por uma educação humanista, em que meninas e meninos possam se desenvolver sem castrações promovidas por preconceitos de estereótipos sexuais é objeto de luta feminista. A família não enclausura as mulheres em tabus, privações sexuais, nem tarefas domésticas. A nova mulher gera o novo homem, a nova humanidade livre de repressões sexistas, desprivatizando o privado, ou seja, retirando, expondo e extirpando dos muros das residências e relacionamentos o que não promove equidade, justiça e liberdade para os seres humanos, ou seja, para mulheres e homens.

Alves e Pitanguy (2007) também trazem discussões sobre o novo feminismo, para elas "o novo debate feminista demonstra que a hierarquia sexual não é uma fatalidade biológica e sim o fruto de um processo histórico e, como tal, pode ser combatida e superada" (2007, P. 56).

A luta está pautada na recriação de uma identidade própria, onde as diferenças não sejam vistas como uma forma de dominar o outro, mas de perceber a complementaridade. Desvincular-se da lógica binária do ativo/passivo, forte/fraco; implica superar hierarquias sexuais que polarizam homens e mulheres em definições rígidas e incompletas.

Para as autoras, denunciar os conceitos de masculino e feminino são entraves que os movimentos feministas atuais vêm desconstruindo, superando a ideia de desigualdade pela diferença biológica. Potencializar um sexo e restringir as ações do outro não caminha para uma equidade de direitos sexuais e seus papéis de gênero. Sendo assim, superar o machismo na educação é uma luta dos movimentos feministas, tendo em vista, o caráter formador da escolarização nas ideologias de gênero e sexualidade.

Para além dos conceitos de masculino e feminino uma revolução sexual se faz necessário e é ponto crucial das reivindicações feministas. A expressão é mais que uma mera transformação de costumes quanto ao comportamento sexual, significa transpor essa barreira ingênua de definição simplória de revolução da sexualidade.

Os relacionamentos são pautas da revolução sexual, a chefia masculina não é valorizada e com isso uma quebra do poderio masculino vigente. Os filhos não seriam mais argumento para balizar a vida profissional da mulher, os estereótipos sobre o ser menino ou menina seriam abolidos. A liberdade sexual para todos, livra as mulheres das limitações sexuais que reprimem a expressão do desejo, e dos tabus da virgindade e contracepção.

Para Gutiérrez, a revolução sexual autêntica só pode existir quando as mulheres forem economicamente emancipadas, pois sem essa independência a própria cidadania e estatuto de ser humano não é garantida, além disso, moralmente, torna-se um grande golpe para o patriarcado que deteriora as probabilidades de avanço feminino. Assim, atacar o sistema de dupla moral na educação dos dois sexos, que amortiza a mulher promove o incômodo que a revolução sexual preconiza.

### 3. O papel da comunicação na educação informal

*Ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo,  
os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo*  
Paulo Freire

“Ninguém escapa da educação” (Brandão, 2003, p. 07). A frase célebre de Carlos Brandão retrata o potencial valor da educação em todas as esferas e modalidades do ensino. Estamos todos envolvidos no processo da educação, seja no lar, na rua, na igreja. Tanto para saber, para fazer, para aprender e ensinar estamos imersos na educação. Brandão questiona a própria educação e afirma serem várias as educações.

Uma educação apenas não dá conta da imensidade de possibilidades de ensino e aprendizagem, porque “não há uma forma única nem um único modelo de educação; a escola não é o único lugar onde ela acontece e talvez nem seja o melhor; o ensino escolar não é a única prática e o professor profissional não é o único praticante” (BRANDÃO, 2003, p. 09).

A educação pode existir livre, para que as pessoas de um grupo socializem saberes comunitários e de vida. Porém, também pode ser centralizada por um sistema de poder que impõe, controla e reforça saberes necessários para a desigualdade, por exemplo.

“A educação é, como outras, uma fração do modo de vida dos grupos sociais que a criam e recriam, entre tantas outras invenções de sua cultura, em sua sociedade” (BRANDÃO, 2003, p. 09). Pode-se ensinar para a paz ou para a guerra, para a humanização ou destituição dos valores humanos. A educação pode se dar em três formatos: formal, informal e não-formal.

Biesdorf (2011) fala sobre o papel da educação para o ser humano, destacando a educação formal e a informal. A educação formal dedica-se a formação técnica do educando, assim como a socialização dos saberes já produzido na sociedade, ou seja, com intencionalidades pré-definidas e tem a figura do professor como mediador ou transmissor desses conhecimentos escolarizados. Currículos, objetivos claros e estrutura física em forma de escolas e necessidade de verificação da aprendizagem são marcas da educação formal.

Quando o assunto é educação informal a família e a vizinhança são grandes exemplos de educadores, nos quais valores são ensinados, assim como regras de



convivência. A cultura local influi e é preponderante nessa modalidade de educação. Várias são as possibilidades de educar, seja de modo formal ou informal, o intuito é veicular conhecimento.

Atualmente, os meios de comunicação de massa têm tido grande contribuição para a educação informal, pois são espaços de veiculação de conhecimentos e de socialização que estão cada vez mais próximos dos educandos, seja qual for a idade. “Na educação informal, os agentes educadores são os pais, a família em geral, os amigos, os vizinhos, colegas de escola, a igreja paroquial, os meios de comunicação de massa, etc” (GOHN, 2006, p. 02).

A educação não-formal é marcada pela ação do outro com o qual interagimos. Difere, portanto, da educação informal, pois a aprendizagem é com a vida, onde as experiências e as ações coletivas são os formadores.

A educação não-formal designa um processo com várias dimensões tais como: a aprendizagem política dos direitos dos indivíduos enquanto cidadãos; a capacitação dos indivíduos para o trabalho, por meio da aprendizagem de habilidades e/ou desenvolvimento de potencialidades; a aprendizagem e exercício de práticas que capacitam os indivíduos a se organizarem com objetivos comunitários, voltadas para a solução de problemas coletivos cotidianos; a aprendizagem de conteúdos que possibilitem aos indivíduos fazerem uma leitura do mundo do ponto de vista de compreensão do que se passa ao seu redor; a educação desenvolvida na mídia e pela mídia, em especial a eletrônica etc (GOHN, 2006, p.01).

Apesar da educação formal ser de grande necessidade para o ser humano, por buscar sistematizar e sedimentar os conhecimentos já produzidos, a educação informal não está alheia e nem descomprometida com uma educação qualitativa, pois educar com sentimentos de pertencimento, pautas em valores e culturas próprias são significativas.

“A educação é um fenômeno próprio dos seres humanos” (SAVIANI, 2013, p. 11). O homem transforma o ambiente constantemente para saciar a necessidade própria da existência através do trabalho. Na escola não é diferente.

Paulo Freire (2014, 2015) diz que para que o conhecimento seja mais significativo, ele precisa estar articulado com as práticas do aluno, com temáticas geradoras de interesse e problematização.

Ensinar exige disponibilidade para o diálogo, reconhecimento que a educação é ideológica, apreensão da realidade, curiosidade, dentre tantas outras exigências. A escola precisa estar atenta a essas demandas do ensino e da aprendizagem. A

mídia já compreendeu essas necessidades e atua ensinando ideologias que interessa aos espectadores.

“A escola existe para propiciar a aquisição dos instrumentos que possibilitam o acesso ao saber elaborado (ciência), bem como o próprio acesso aos rudimentos desse saber” (SAVIANI, 2013, p. 14). É bastante comum em uma escola tradicional, a transmissão-assimilação sistematizada do saber, não suprimindo a existência do saber, nem da vida.

O saber-escolar é aquele em que tem uma visão clássica de saber, onde o mesmo é metodologicamente pensado, dosado, sequenciado. Portanto, muitos outros espaços também educam, mesmo em um caráter informal ou não-formal da educação. Um espaço em expansão de educação informal são os ciberespaços, onde o indivíduo aprende e manifesta, através dos ambientes virtuais, sentimentos de pertença que coadunem com os valores e práticas culturais do indivíduo.

Um dos maiores comunicadores sociais que educam atualmente é a televisão e a internet. Nesses espaços da comunicação em rede valores de pertencimento e culturais são perpassados aos públicos-alvo. E como somos imitadores por natureza e aprendemos com o que vemos, vamos aprendendo com o que é posto cotidianamente, porque a imitação é típica da natureza humana (LAZAR, 1999).

Aprendemos valores éticos e morais quando assistimos uma telenovela, criamos e reforçamos estereótipos masculinos e femininos através do que é veiculado nos meios de comunicação de massa, compramos ideais de sonho e felicidade quando assistimos à comerciais de produtos de beleza, transitamos nas nossas plurais identidades com o que nos é apresentado diariamente nos diversos espaços de interação sócio-virtual. E quando o assunto é aceitação, a televisão tem grande importância como veículo de informação e comunicação que educa.

De acordo com Távola (1999, p. 46), a televisão é capaz de “distorcer o real sem dele se afastar” trazendo informações de modo a distrair o espectador do íntegro valor moral, político de um fato pelo revestimento de entretenimento, e humor em forma de espetáculo, podendo esquivar o telespectador da realidade, pois a televisão é um importante veículo de mídia, conforme declara Melo:

A televisão é o veículo de mídia mais forte no campo publicitário, ainda que a internet cresça, a TV ainda é a mais consumida pela população, pois conseguiu atingir públicos diversos em questões de gênero, classe social e idade em âmbito nacional (MELO, 2013, p. 82).

A TV comunica, fala sobre o cotidiano, influi sobre os modos de ser homem e mulher em uma sociedade. Através de sua acessibilidade e aceitabilidade consegue atingir diversos públicos através da leveza na sua comunicação.

“Comunicação é, então, a própria prática cotidiana das relações sociais: conservar aparências e guardar distâncias; vestir a roupa da moda; adotar tal ou qual atitude em relação a esta ou àquela pessoa; falar num certo tom de voz e assim por diante” (RECTOR; TRINTA, 1990, p.08).

Para Sodré (1992) comunicar é trocar informações, podendo se dar pela fala, por imagens, símbolos ou mesmo estímulos. A comunicação existe em todas as sociedades, não há como escapar dela.

“Comunicar é manifestar uma presença na esfera da vida social”. (RECTOR; TRINTA, 1990, p.08). Comunicar-se, de fato, é ultrapassar barreiras impostas por códigos, é dar andamento acessível à existência (SODRÉ, 1989). Nesse sentido os meios de comunicação de massa são exímios em acessibilidade e educadores por natureza.

A educação informal que é apresentada pelos meios de comunicação é por natureza interdisciplinar, pois os saberes transitam entre várias ciências. Comunicar na perspectiva da educação implica uma interposição de conhecimentos que interagem com as novas tecnologias da comunicação e informação, logo podemos falar em cibercomunicação.

Cibercomunicação é uma comunicação que ultrapassa os veículos tradicionais da comunicação interpessoal, como a fala, por exemplo. A cibercomunicação é uma comunicação voltada para os ciberespaços, ou seja, os espaços virtuais de socialização.

A internet é grande responsável pelos vários ambientes virtuais comunicacionais existentes. Chats, blogs, redes sociais são alguns desses espaços de comunicação massiva de internautas de todos os tipos.

A cibercomunicação é um exímio amplificador dos veículos massificadores de massa, ultrapassa o rádio e a televisão por seu potencial interacional e diverso.

Aliado ao contexto da cibercomunicação, temos uma educação de massas, voltada para socialização de comportamentos, valores, atitudes que visam sedimentar o que é perpassado pela mídia aos teventes, aos consumidores de sonhos e produtos de uma cultura de massa.

### 3.1 Imagem no contexto da cultura e da comunicação de massa

O que seria a imagem? Muitas são as definições para imagem. Imagem como semelhança, como representação artística, etc. Remetemos aqui àquela apresentada nos meios de comunicação de massa, como a televisão e a internet.

Vamos a partir do senso comum, das utilizações ouvidas e repetidas da palavra imagem. O uso contemporâneo da palavra imagem remete a maior parte das vezes para a imagem mediática. A imagem invasora, a imagem onipresente, aquela que criticamos e que faz ao mesmo tempo parte da vida quotidiana de cada um, é a imagem mediática. Anunciada, comentada, adulada ou vilipendiada pelos próprios *media*, a imagem torna-se então sinônimo de televisão e de publicidade (JOLY, 2007, p. 14).

Somos correntemente chamados a pensar sobre os usos da televisão e da internet e a produção das mesmas. Os meios de comunicação de massa veiculam imagens sobre nossos corpos e nossos corpos respondem a esses estímulos diários.

O corpo comunica através dos gestos, da fala e da imagem. O que vestimos pode revelar elementos que estão acima da moda, como a cultura.

Lipovetsky (2009) declara que a moda sempre muda, para as mulheres sempre recaem um vestuário que marque o corpo, que ponha em evidência partes do seu corpo como os seios, a cintura. Varia de acordo com o século, mas a imagem feminina é a que mais sofre regulações. Os meios de comunicação de massa atuam na expectativa de vender esses padrões que a moda traz, e com isso uma extensa instituição de valores sobre os corpos são apresentados.

Muitas pessoas moldam seus corpos na expectativa de atingir padrões físicos exibidos nos meios de comunicação de massa. Na verdade, não é possível, numa sociedade saturada de imagens, de espetáculos e de informação vertiginosa, numa sociedade de massa, em suma, fugir aos estereótipos.

“À medida que a imagem corporal tornou-se mais importante para o sentido de identidade das pessoas durante o século XX, a imagem do corpo ideal tornou-se mais esguia, especialmente para as mulheres” (Brym et al, 2010, p. 261).

A cultura está imbricada desses fenômenos da moda, da imagem que vão mudando ao longo dos anos. Teixeira Coelho (1998) define a cultura em três tipos: cultura superior, cultura média e cultura de massa. Essas definições estão interligas

a ideia de que vivemos em uma sociedade de consumo que é regulada pela indústria cultural.

A cultura superior são aquelas em que os produtos são canonizados pela crítica erudita, exemplos disso são as pinturas do renascimento e as composições de Beethoven. A cultura média é aquela que está relacionada aos valores dos pequenos burgueses, a mídia “cultura” é um representante desse tipo de cultura.

Quando o assunto é cultura de massa, remete-se de imediato a um termo pejorativo, que não valoriza as ações das camadas populares, que compreende o que é produzido por eles como inferior, uma subcultura.

Teixeira Coelho (1998) ainda relata que a cultura popular a cultura de massa também entram em confronto, ainda que ambas sejam excluídas e subordinadas a cultura superior e média, deveriam se completar. “A cultura popular é uma das fontes de uma cultura nacional, mas não a fonte, não havendo razão para usá-la como escudo num combate contra a cultura de massa, dita também cultura pop” (p.20).

A cultura de massa tem um caráter mais subversivo que a popular, porque questiona a si mesma e os papéis da mulher, por exemplo, mas também promove publicidade. A cultura popular fixa valores e preza pelo reconhecimento dos integrantes do grupo. Ambas tem relevância em termos de cultura e deveriam completar-se em sentidos.

Candau (2005) relata que vivemos em uma sociedade multicultural onde há uma crescente abrangência, visibilidade e conflitividade para defini-las e vivenciá-las. No Brasil há uma configuração própria, onde o multiculturalismo é marcado pela eliminação física do outro, através de dolorosas e trágicas histórias de extermínio, como foi com os indígenas e afrodescendentes. Há também a escravização e a negação da alteridade do outro no plano das representações e do imaginário social.

Mas avanços sobre a diversidade são percebidos como as políticas afirmativas em todas as esferas educacionais, como as políticas de cotas para negros e índios e a inserção da diversidade cultural em dispositivos legais como a Declaração da Diversidade Cultural (UNESCO, 2002), e a inclusão da temática nos Parâmetros Curriculares Nacionais, Plano Nacional de Educação e Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (BRASIL, 1997, 2014, 1996).

Pensar em comunicar para muitos remete de imediato à comunicação de massa. A uma comunicação voltada para o popular, para as grandes massas, para os que não dominam, não são proprietários dos meios de comunicação.

Um produto da cultura de massa não pode ser analisado em termos puramente estéticos ou políticos, mas também em função das intenções do sistema comunicador – definidas pela publicidade, pelas ideologias predominantes, pelos interesses das empresas de comunicação, etc” (SODRÉ, 1992, p. 19).

A cultura popular e a cultura de massa estão além dos papéis valorativos que representam na sociedade estão imersos de ideologias que servem ao sistema comunicador de massa. “A cultura seria não apenas um sistema de comportamentos (atitudes, costumes, juízos de valor), mas também o sistema de produção material ou modo de produção econômico” (Sodré, 1989, p. 119).

A cultura, de uma forma geral, trabalha com o universo das imagens, com caracterização de corpos femininos e masculinos, performatizando-os, embora a imagem feminina seja historicamente a mais explorada na mídia com objetivos comerciais, e silenciadas nas conquistas e valores identitários. Sobre as mulheres recaem obrigatoriedades tortuosas de beleza e juventude eternas. “A cultura pauta, conseqüentemente, o comportamento social do corpo” (RECTOR; TRINTA, 1990, p.08).

#### 4. Procedimentos Metodológicos

*Entendemos por metodologia o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade.*

Maria Cecília Minayo

A pesquisa atende a princípios qualitativos, Minayo (2011, p. 21) afirma que esse tipo de pesquisa “trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. Rodrigues (2007, p. 38-39) reitera quando afirma que a pesquisa qualitativa “pondera, sopesa, analisa e interpreta dados relativos à natureza dos fenômenos, sem que os aspectos quantitativos sejam a sua preocupação precípua”, a lógica por si só não é fator único na condução do raciocínio da pesquisa, nem a única linguagem possível.

Na pesquisa qualitativa o investigador está muito mais preocupado com uma compreensão absoluta e plena do fenômeno de estudo. O desenvolvimento do conhecimento, a interpretação dos fenômenos são mais importantes que a avaliação dos mesmos. Sem abandonar o rigor de uma pesquisa, embora trabalhe com um universo muitas vezes subjetivo, os princípios da objetividade, validade e fidelidade estão presentes porque estes conceitos estão ligados à natureza dos fenômenos ainda não revelados. (FREIXO, 2011).

A pesquisa traz outras propriedades na sua compreensão como o caráter bibliográfico e de campo. Bibliográfico porque como traz Marconi e Lakatos (2003), trabalha com bibliografias já públicas em relação ao tema de estudo; ultrapassa, pois, a visão da repetição. É um revisitar do que já foi dito para uma abordagem de novas perspectivas e conclusões inovadoras.

Como a pesquisa vai além da busca por informações já publicadas e traz à necessidade da pesquisa de campo ela extrapola o que Rodrigues (2007) traz como definição de uma pesquisa bibliográfica, que é aquela que dispensa a busca por fontes primárias e da elaboração de coleta de informações como entrevistas e questionários.

Por sua vez a pesquisa de campo na compreensão do próprio Rodrigues (2007, p. 38), “é aquela que busca fontes primárias, no mundo dos acontecimentos não provocados nem controlados pelo pesquisador, que se caracteriza por desenrolar-se em ambiente natural”, isto é, preocupação com os instrumentos de coleta de informações com o mínimo de interferência do pesquisador, dando-se

principalmente por entrevistas e questionários.

Divide-se a pesquisa de campo em três fases. Na primeira é marcada pela exploração nos meios de comunicação de massa, em especial a televisão e internet, sobre o que tem se falado sobre as periguetes. Sendo concursos para promoção das mesmas realizados em vários programas de televisão faz-se o recorte de 3 concursos de emissoras diferentes, que tem formatos e espectadores distintos, mas que trabalharam com a promoção de concursos de periguetes. Atentando sempre para a produção das imagens das periguetes que são veiculadas nesses programas.

Sendo a pesquisa realizada em páginas na internet, google e youtube são recursos utilizados nesse momento da pesquisa, elencando programas da rede aberta de canais que tratem da temática. Entre os selecionados estão: Encontro com Fátima Bernardes da Rede Globo, Programa do Ratinho do SBT e Pânico na Band da Rede Bandeirantes<sup>6</sup>. Nesse momento da pesquisa o enfoque está sobre o que a mídia, nesses concursos, fala sobre as periguetes.

Na segunda fase, com a intenção de ter um posicionamento mais diretivo do que as redes sociais falam sobre as periguetes, especialmente na rede social Facebook, é realizada uma análise de três imagens veiculadas nessa rede social. Nessa fase da pesquisa o enfoque está no que as imagens veiculadas nesse meio de comunicação de massa identificam as periguetes.

Na terceira fase, um questionário foi aplicado às mesmas participantes do grupo focal, com a intenção de trazer um prévio conhecimento sobre a temática. O questionário foi eleito o método mais apropriado nessa etapa por ser um instrumento acessível, e que permite a confirmação de hipóteses apresentadas nesse momento da pesquisa. As questões fechadas foram diretas, no qual as participantes puderam optar por três alternativas: *sim, não ou talvez*.

O questionário é o instrumento mais usado para a recolha de informação, constituindo um dos instrumentos de colheita de dados que necessita das respostas escritas por parte dos sujeitos, sendo constituído por um conjunto de enunciados ou de questões que permitem avaliar as atitudes, e opiniões dos sujeitos ou colher qualquer outra informação junto desses sujeitos (FREIXO, 2011, p. 197).

---

<sup>6</sup> O programa pânico no momento do concurso que está sendo analisado pertence à Rede Bandeirantes desde 2012. O formato já pertenceu a Rede TV quando o programa chamava-se Pânico na TV.



As hipóteses de investigação giram em torno de possíveis conceitos e características que as periguetes vão trazer sobre si mesmas, tendo como base dessas hipóteses os elementos da pesquisa bibliográfica, da primeira fase, onde a mídia traz tais conceitos e características sobre esses sujeitos.

De acordo com Fachin (2006), ao se adotar o questionário como instrumento de captação de informações escritas é importante ter bastante claro o seu propósito. Considerar dois aspectos essenciais: o aspecto material e o aspecto técnico.

No aspecto material o cuidado com a nitidez da escrita, qualidade gráfica, legibilidade, tamanho do questionário, diagramação das páginas são computados. No quesito dos aspectos técnicos é preciso estar bastante claro ao que vai ser coletado. Cuidado com as perguntas para evitar inexatidão, as questões precisam ser neutras, evitar induzir respostas, palavras compreensíveis, familiares devem ser utilizadas, evitar perguntas desnecessárias que não vão identificar o pesquisado.

Atentar para as perguntas mais simples e mais complexas expondo-as em gradação, além de conhecer um pouco das expressões do público para tornar o questionário compreensível e fazer um teste para atestar fidelidade e validade do questionário.

O questionário apresenta muitas vantagens, dentre as quais

- ✓ Acessibilidade de envio (correios, internet, pessoalmente);
- ✓ Gastos menores que em outros instrumentos;
- ✓ Pode ser aplicado em vários lugares ao mesmo tempo;
- ✓ Garantia de anonimato;
- ✓ Mais liberdade para o pesquisado responder, favorecendo respostas mais autênticas;
- ✓ O pesquisado escolhe o melhor dia e horário para responder ao questionário;
- ✓ Mais tempo para responder às questões;
- ✓ As instruções favorecem as dúvidas e com isso respostas mais satisfatória.

A utilização do método requereu planejamento cuidadoso para minimizar problemas que o questionário poderia trazer. Então, o cuidado com a compreensão com a redação do texto foi redobrado. Ter a percepção que extravios ou não devolutiva dos questionários ou mesmo respostas incompletas por falta de interesse, veracidade das respostas, assim como a restrição de públicos, pois os pesquisados precisavam ser alfabetizados foram cogitados, culminando no cuidado com a redação do texto em uma linguagem acessível e tempo hábil para a devolução dos questionários.

As questões foram fechadas, que ainda de acordo com Fachin (2006, p. 165) “são aquelas em que o pesquisado escolhe sua resposta em um conjunto de categorias elaboradas juntamente com a questão”. A escolha por este tipo de questão dá-se pela preferência da população a responder questionários fechados, pela facilidade de entendimento e direcionamento para as alternativas.

Fez-se necessário uma abordagem diferenciada, com sujeitos que não fossem virtuais nesse momento da pesquisa. Um grupo de onze jovens do sexo feminino, entre doze e dezoito anos, de uma escola pública localizada em Vitória de Santo Antão foram convidadas a participar de um grupo focal onde são questionadas sobre as imagens apresentadas de mulheres que se caracterizam como periguetes e instigadas a falar sobre suas percepções.

A escolha por adolescentes do mesmo sexo, mesmo ambiente escolar e faixa de escolarização foi devido a recomendações de Gatti (2012) para o sucesso em grupos focais, para que a homogeneidade permitisse uma interatividade maior.

A escolha de jovens de uma escola pública não se deu por acaso ou mera conveniência acadêmica. As periguetes, geralmente, são mulheres jovens. Mulheres que almejam sempre pretendentes que possam oferecer vantagens (MENDES, 2014). A ideia não era suscitar uma identificação das jovens com a identidade das periguetes, mas é uma temática juvenil bastante atraente.

A escola surge como lócus pelo fato de ser um campo de efervescência jovial, uma fase de afirmação das identidades individuais e coletivas, além da notória expressividade da sexualidade.

A escola pública foi pensada pelo acesso, receptividade para pesquisadores e influências mais amenas de doutrinações religiosas<sup>7</sup> que pudesse castrar a temática que tem um cerne bastante polêmico por tratar de gênero, sexualidade e identidades em um público em formação pessoal e escolar. A escola é um espaço de partilha da construção e afirmação das identidades e não está alheia à realidade atual global da comunicação massiva de informações e comunicações como a internet e televisão.

A intermediação da pesquisadora nessa etapa da pesquisa objetivou trazer para o núcleo da discussão questões de gênero, sexualidade, identidades, culturas e educação através das imagens e questões apresentadas. Sendo a observação da postura das participantes preponderante no auxílio da investigação sobre possíveis desconfortos, intimidações entre participantes ou qualquer outro tipo de limitação para uma efetiva participação, atendendo ao que Gatti (2012), preconiza como cuidados essenciais em uma investigação com grupo focal.

Nessa fase da pesquisa alunas jovens falaram sobre as periguetes e suas impressões e possíveis identificações ou negativas com essa identidade feminina e como essas questões são trabalhadas dentro da escola.

Consistiu, após a coleta dos dados, a análise e discussão dos resultados através de arcabouço teórico congruente, idealizando uma discussão dos achados com pressupostos teórico-metodológicos que intentem explicitar os resultados obtidos ou ainda, que suscitem em novos questionamentos e/ou possíveis resoluções para conflitos encontrados, quando e se havendo.

---

<sup>7</sup> A educação pública é laica, ou seja, livre de doutrinações religiosas como recomenda a Constituição Federativa do Brasil de 1988 no Art, 210 e na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional no Art.33. A matrícula em ensino religioso é facultativa, podendo ser confessional ou interconfessional.

#### 4.1 O grupo focal na perspectiva de Bernadete Gatti

O grupo focal tem sido cada vez mais utilizado em pesquisas de abordagem qualitativa, principalmente nas ciências sociais e humanas. Os participantes precisam ter algum tipo de aproximação com a temática que será discutida, para que com isso tragam para o grupo experiências próprias, enriquecendo as discussões.

Gatti (2012) relata que apesar de ser um bom instrumento de levantamento de dados carece de criteriosidade e coerência com os propósitos. Atentando para o cuidado com a não diretividade do moderador. O grupo focal não é uma entrevista coletiva, nem muito menos uma entrevista focalizada onde “há um roteiro de tópicos relativos ao problema que se vai estudar e o entrevistador tem liberdade de fazer as perguntas que quiser” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 197).

Preservar o interesse na adesão ao grupo pela temática é crucial para a funcionalidade da atividade, a adesão tem que ser voluntária e motivada.

O problema tem que estar muito claro e exposto assim como as questões que serão abordadas no grupo. Características comuns são importantes que podem ser de gênero, idade, condições socioeconômicas, estado civil, escolaridade, lugar de residência, dentre outros.

Há recomendações para que no mesmo grupo os participantes não se conheçam demais e nem ao moderador para evitar que atuem em consenso ou que haja prejuízos à livre interação. Contudo, homogeneidade é importante, pois facilita na comunicação intragrupo. É preciso ter em mente o tipo de análise pretendida quando se constrói um grupo.

Vantagens do método

- ✓ Dinâmica interacional com o grupo;
- ✓ Riqueza de informações;
- ✓ Boa oportunidade para o desenvolvimento de teorizações em campo, a partir do que foi ouvido e falado;
- ✓ Traz bons esclarecimentos sobre questões complexas;
- ✓ Imersão de ideias diferentes das opiniões particulares;
- ✓ Flexibilidade no processo grupal;
- ✓ Enriquecimento para o grupo após as discussões.

Assim como todo método apresenta desvantagens como o pequeno número de participantes, a própria seleção dos participantes, a diretividade para um consenso no grupo por um participante, a possibilidade de fuga do foco do tema pelos participantes e inibições quando se trata de temas polêmicos, conflitos podem comprometer ou anular a participação de algum participante, inibição ou falta de fidelidade nas falas dos participantes pela ação do moderador. Porém, todas essas dificuldades foram previamente pensadas para ter seus efeitos minimizados ou não operantes no grupo focal.

Desde a seleção ao desenvolvimento do grupo a clareza no planejamento, condução e registro da atividade conta com a possibilidade de ampliação do percurso e revisão do projeto, por ter o entendimento da pesquisa como princípio educativo em que a pesquisadora e participantes estão propícios a superar as expectativas iniciais da pesquisa e trazer novos olhares para a mesma.

O local do encontro deve ser propício à interação do grupo, um ambiente confortável, em forma de círculo para que todos se vejam.

O registro da atividade deu-se através de registro escrito e gravação de vídeo.

## **4.2 Por que trabalhar com jovens?**

A transição da infância para a juventude é uma fase envolvida de muitos conflitos e transformações corporais e comportamentais. Aliado a isso, a mídia é um exímio colaborador para que os conflitos se acentuem. Afinal, ser jovem e ajustado aos padrões de beleza são tributos necessários para a felicidade, de acordo com o que é veiculado. A sexualidade do jovem é central em muitos programas de televisão. Fischer (2002), relata a convocação diária de se falar sobre a sexualidade na mídia.

“A mídia vende o corpo preconizado pelo mito. Não há propagandas em que não se veja gente jovem, “bonita”, bronzeada, “saudável” e atlética” (FURLANI, 2009, p. 23). Aludindo, portanto, para mitos sobre o corpo humano, onde o corpo para ser sexualmente atraente precisa estar ajustado a padrões estabelecidos socialmente.

Silva e Soares (2003, p.86) afirmam que “juventude e sexualidade são categorias sociais que a mídia explora como indissociáveis uma da outra e como

centrais da nossa vida”. Desta forma, os jovens são cotidianamente convidados a vivenciar sua sexualidade como condição necessária para satisfação pessoal e social.

As representações da sexualidade na juventude e os mitos que perpetuam determinados padrões sexuais resultam na impossibilidade de a escola conviver com diferentes contextos culturais. As representações da sexualidade juvenil propiciam que a juventude seja colocada como fase ideal, na qual a plena satisfação da sexualidade genital é mola-mestra para a realização pessoal (SILVA E SOARES, 2003, p. 89).

Atendendo às expectativas lançadas pela mídia, os jovens são impulsionados a viver a sexualidade nos moldes que são veiculados nos ciberespaços de sociabilidades, agindo os meios de comunicação de massa como formadores e disseminadores de valores e condutas sobre a sexualidade juvenil, instituindo e reforçando estereótipos sobre o modo de ser homem ou mulher na sociedade.

As representações midiáticas se apresentam como parâmetros para os adolescentes, independentemente de seus respectivos conjuntos sociais, eles seguem os modelos legados pela mídia. Atuando como um agente edificador das representações juvenis, construindo estereótipos e encarando a adolescência como um fenômeno social, se faz fundamental a compreensão dos subgrupos culturais/sociais (MENDES, 2014, p. 06).

Desta forma, o corpo, entidade privilegiada onde operam exercícios de dominação (FURLANI,1988), através do que é introjetado nos meios de comunicação de massa, reiteram nos jovens as ideias que vão se modificando sobre os papéis estereotipados do corpo feminino e masculino na sociedade, considerando a cultura e o momento histórico.

“Podemos afirmar que a sociabilidade, para os jovens, parece responder às suas necessidades de comunicação, de solidariedade, de democracia, de autonomia, de trocas afetivas e, principalmente, de identidade” (DAYRELL, 2007, p. 1111).

Logo, os jovens precisam se sentir representados em suas necessidades para dialogar com o exterior. Os meios de comunicação de massa têm se esforçado para atender a essa expectativas, educando esses jovens para valores e reconhecimento de identidades. O corpo é fruto de uma construção social sexualizada e que exige dos indivíduos adequação de diferenças entre pessoas pelo sexo biológico que carrega.

O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes. Esse programa social de percepção incorporada aplica-se a todas as coisas do mundo e, antes de tudo, ao próprio corpo, em sua realidade biológica: é ele que constrói a diferença entre os sexos biológicos, conformando-a aos princípios de uma visão mítica do mundo, enraizada na relação arbitrária de dominação dos homens sobre as mulheres, ela mesma inscrita, com a divisão do trabalho da ordem social (BOURDIEU, 2014, p. 24).

A diferença pauta-se, portanto, na evidência do sexo que o indivíduo carrega, a anatomia dos corpos justifica a diferença naturalizada que é inscrita nos gêneros e na sexualidade dos sujeitos, afirmando assim identidades sexuais e de gênero.

Os jovens são educados, cotidianamente, através dos meios de comunicação de massa, para se adequarem às tantas demandas fixas sobre gênero e sexualidade em nossa sociedade na expectativa de reproduzir o que já está posto para os corpos femininos e masculinos e suas identidades sexuais.

### 4.3 Considerações éticas

A ética é uma preocupação constante na pesquisa em ciências humanas e sociais, porque trabalhar com seres humanos requer muita sensibilidade para adentrar na esfera íntima do outro sem invadir a privacidade e a confidencialidade que uma investigação demanda.

Freixo (2001) relata que, a palavra ética vem do grego e está estritamente ligada ao que é bom, a caráter, a modo de ser. O conceito de ética anda próximo ao conceito de moral que remete a normas, princípios, preceitos, costumes, valores norteadores de uma sociedade. Ética e moral apresentam distinções, embora sejam reconhecidas como sinônimas.

O estado da ética contribui para estabelecer a natureza de deveres no relacionamento individual-sociedade, mas não é uma lei, embora as leis utilizem da ética na sua constituição. A ética é muito mais teórica do que normativa, como a moral; ela tenta explicar, justificar os costumes de uma dada sociedade em um determinado contexto histórico. Freixo (2001) traz pontos importantes para a ética em investigação que devem ser consideradas, dentre as quais

- ✓ As pessoas tem o direito de não participar da investigação;
- ✓ O direito a privacidade, de não responder a questões de sua intimidade – que podem ser de origens sexuais, raciais, religiosas, étnicas;
- ✓ Direito ao anonimato garantido;
- ✓ Necessidade de consentimento para participar da pesquisa, dando-se preferência para que os sujeitos sejam reconhecidos por números ao invés de nomes, ainda que fictícios;
- ✓ O consentimento precisa ser livre e esclarecido, ou seja, sem opressões e promessas, e estando o investigado em plena saúde das faculdades mentais;
- ✓ O direito a informação de todo o processo da participação para obtção do consentimento esclarecido é preponderante;
- ✓ O formulário de consentimento deve ter informações claras e suficientes, linguagem acessível e apresentar o desenho da pesquisa;
- ✓ Evitar questões desnecessárias com a finalidade de evitar constrangimentos e fadiga;



✓ Assegurar a intimidade do participante.

Diante do exposto, a pesquisa traz considerações éticas em todas as fases dos procedimentos metodológicos, visando garantir o máximo de respeito aos direitos dos colabores na investigação, trabalhando as dificuldades sempre adotando clareza e cuidado com os dados dos participantes.

Na primeira fase os sujeitos da pesquisa estão em domínio público, em páginas virtuais de programas de televisão de diferentes emissoras que já foram exibidos na rede aberta de canais em 2012 e 2014, não sendo necessária, desta forma, prévia autorização para veiculação de fala e imagens dos participantes dos programas selecionados. Conseqüentemente, imagens veiculadas por uma rede social são analisadas, não explicitando quem comentou ou compartilhou tais imagens, pois o foco está em trabalhar as imagens e não os usuários da rede social.

Na última fase da pesquisa, as alunas que participaram do grupo focal e do questionário têm nomes preservados, sendo outorgada às mesmas a iniciativa de participar da pesquisa, sabendo da temática, dos objetivos da moderadora e da pesquisa, tendo participação apenas as que apresentarem o termo de livre consentimento assinado pelo responsável legal autorizando a participação e divulgação das informações ocorridas na sessão do grupo focal, assim como gravação de vídeo que serve como base para a construção da análise dos dados da pesquisa.

Nessa fase, ressalta-se o cuidado com as condições do termo de livre consentimento e do dispositivo legal de proteção à criança e adolescente – Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), tendo em vista que adolescente, de acordo com o ECA, é todo aquele que tem entre doze e dezoito anos. Assim com também estão regidos os adolescentes pelo Estatuto da Juventude, artifício recente de defesa e legitimação da juventude brasileira, sendo considerado jovem todo aquele entre 15 e 29 anos de idade, tendo os mesmos, garantidos por lei o direito à opinião, autonomia, emancipação e respeito à identidade (BRASIL, 2013).

Toda criança e adolescente tem direito a opinião e expressão, assim como a preservação da imagem e da identidade, valores e crenças como preconiza o Estatuto da Criança e do Adolescente nos artigos 16 e 17 (BRASIL, 1990).

Confluem as intervenções da pesquisa de campo para um cuidado com a imagem e os nomes das participantes, preservando o anonimato e a intimidade das mesmas, adotando critérios éticos para um bom desenvolvimento investigativo.

## 5. Resultados e Discussões

*Não há corpo que não seja, desde sempre, dito e feito na cultura; descrito, nomeado e reconhecido na linguagem, através dos signos, dos dispositivos, das convenções e das tecnologias.*

LOURO

Realizar uma análise de programas de palco e de imagens veiculadas em redes sociais é fundamental para conhecer como os meios de comunicação de massa (re) produzem e segmentam a imagem da perigete.

### 5.1 Análise dos programas de palco

Os meios de comunicação de massa conseguem através de vários modelos discutir uma mesma questão. Três programas de TV de formatos e direcionados a públicos completamente diferentes promoveram concursos para eleger perigetes, dentre os quais:

Figura 5: Programa do Ratinho



Fonte: google imagens

Figura 6: Encontro com a Fátima



Fonte: google imagens

Figura 7: Programa Pânico



Fonte: google imagens

Os meios de comunicação de massa promovem a cultura de massa que é notadamente reconhecida como inferior, que é produzida pela e/ou para as minorias, ou seja, para os que não detêm os meios de comunicação de massa.

Sodré (1992) declara que cultura de massa é aquela que se opõe à cultura superior. Estando a cultura superior em contraponto com a vulgaridade cultural. Logo, a cultura de massa pode ser compreendida como aquela produzida pela grande maioria da população, por quem não controla a mídia.

### 5.1.1 Programa do Ratinho

O programa do Ratinho é exibido na emissora de TV SBT desde 1998, é um programa de entretenimento bastante variado, veiculado no horário noturno. Consta na grade de apresentação, personagens que fazem humor no palco, venda de produtos, testes de DNA e apresentação musical.

A cada quarta-feira, para concorrer audiência a principal emissora concorrente (Rede Globo) que apresenta o futebol nesse horário, o programa sempre traz atrações musicais ou desfiles de calcinhas, trazendo uma programação diferenciada para atrair quem não assiste futebol.

Em julho de 2012 o programa promoveu um concurso para eleger a mais bela perigete do Brasil. Cada quarta-feira um estado brasileiro era contemplado com 10 participantes, três jurados escolhiam a vencedora do dia e a mesma concorreria com as participantes ganhadoras de cada estado.

A premiação era em dinheiro para roupas e uma motocicleta para a primeira colocada. Era produzido um vídeo sobre cada candidata, no estado que morava, onde falavam porque eram perigetes.

A vestimenta para a apresentação no vídeo e no palco era bastante sensual. Todas de vestidos justos e curtos, cabelos compridos e escovados, unhas coloridas, batons escuros, saltos altos, brincos grandes, tatuagens à mostra e muita disposição para dançar e falar sobre si mesmas.

O apresentador (Ratinho) fazia perguntas como – Você é uma perigete? O que é ser perigete? Você tem namorado? Seu namorado deixa você sair com essas roupas? O sonho de uma perigete é diferente de outra pessoa?

Envoltas de música de funk, as candidatas iam respondendo as perguntas com leveza. Para a maioria das candidatas, ser perigete é um estilo de vida, um modo de se vestir, de chamar a atenção na balada; para outras é se relacionar livremente com qualquer pessoa, independente de relacionamentos.

Não houve um consenso geral sobre todas as características do que é ser perigete pelas candidatas ao prêmio, mas foi unânime a relação de ser perigete com roupas justas e curtas, gostar de sair à noite e se sentir desejada. A aparência de todas as candidatas de todos os estados foi semelhante – vestidos justos e curtos, brincos grandes, maquiagem forte e sapatos altos; a maioria tinha cabelos compridos e alisados. Logo, uma imagem formada sobre o que é ser perigete foi

exibida. Vestir-se de modo parecido com as participantes é requisito mínimo para ser uma periguite, nos moldes que o programa apresentou.

A necessidade de enquadrar-se nessa identidade não foi discutida e nem a possibilidade de alguém se considerar periguite sem usar trajes iguais, pois, de acordo com o programa, para ser uma periguite necessita adequar o corpo ao que se espera desse tipo de mulher.

Ficou clara a intenção de entreter o público utilizando a imagem da mulher que se identifica como periguite para contrapor a audiência da outra emissora. Afinal, na cultura brasileira, a maioria dos homens gosta de assistir jogos de futebol e os que não gostam, assim como a maioria das mulheres, assistiriam a um desfile de belas moças dançando no palco.

O corpo e a sexualidade feminina foram explorados pela mídia com a intencionalidade de entreter o público não expectadores de futebol, e lançadas reafirmações dos estereótipos sobre o que é ser mulher e periguite na sociedade brasileira. Logo, um modo de marcar o corpo feminino e valorizar o corpo jovem, belo, atlético. Ensinando-nos mais do mesmo, do quanto os padrões físicos são importantes para a mulher, já que nenhuma candidata tinha outro tipo físico.

### **5.1.2 Encontro com Fátima Bernardes**

O programa Encontro com Fátima Bernardes, da Rede Globo, trabalha com temáticas diversas. É um programa de entretenimento que foi lançado em 2012 e é exibido no horário da manhã, traz uma linguagem mais comedida e trata de assuntos ligados ao lar, saúde, higiene, educação dos filhos e outros tantos temas que atraíam um público mais conservador.

O programa trabalha com humor, informações de saúde, música e acontecimentos que estão em evidência na mídia, seja um fato político ou mero entretenimento. O programa exibe um formato bastante dinâmico, interativo. A plateia tem a oportunidade de participar do programa. Comumente, alguns entrevistados pela apresentadora estão na plateia quando são convidados para ir ao palco e responder aos questionamentos da apresentadora. Consta também de artistas que frequentam com assiduidade o programa, estabelecendo assim uma conformidade com o nome do programa, que se trata de um encontro com a

apresentadora.

Com um grupo de artistas e especialistas no tema, o programa intenta trazer para o diálogo mais que a fala dos entrevistados externos, ou seja, de participantes que são entrevistados nas ruas, enriquecendo a matéria do dia.

Desde matérias sobre alimentação à vida de artistas, a apresentadora promove debate com seus convidados sobre temáticas polêmicas, dentre elas, as periguetes.

No dia 13 de fevereiro de 2014, o programa realizou um concurso sobre periguetes, visando escolher a mais bela das participantes. Inferências as vestimentas foram feitas. Periguite, no formato do programa, é uma mulher jovem que se veste de modo provocativo. De calça, vestidinho ou shortinho as moças usavam roupas justas e a plateia as declarava periguetes pelo modo de vestir-se.

O sucesso da temática foi grande, que, no mesmo mês – dia 20 de fevereiro de 2014, o programa fez menção ao homem periguite. Não é uma associação muito comum do termo periguite ser associado à figura masculina, salvo quando tem estereótipos efeminados, o que "justificaria" a associação ao termo, tendo em vista a associação ao estereótipo feminino.

Na ocasião do dia 20 de fevereiro de 2014 foram exibidos modelos no palco do programa para demonstrar não existir apenas periguite do sexo feminino, que também existem homens que se adequam a esse conceito. Não necessariamente precisavam ser efeminados. O molde foi parecido, homens com vestimentas sensuais, mostrando parte do corpo foram ovacionados pela plateia enquanto se exibiam no programa.

O quadro com os periguetes masculinos foi menor que o apresentado com as mulheres periguetes, portanto demonstrou o interesse de aproximar-se do assunto já que é polêmico e atual, o que se enquadra no programa, pois trabalha com entretenimento.

O homem periguite esteve associado ao famoso "homem galinha" que se relaciona com várias mulheres ao mesmo tempo, imagem parecida com o da periguite mulher, porém, termos relacionados à prostituição e vadiagem não são associados aos homens periguetes trazidos pelo programa da Fátima Bernardes.

Vivemos ainda em uma sociedade que delimita e regula mais os corpos das mulheres, pois sobre seus corpos estão inscritas muitas marcas, muitas batalhas de poder (CERQUEIRA et al, 2012).

Os corpos tem sido cada vez mais erotizados e explorados pela mídia, através de novos formatos (FELIPE, 2003). Isso foi demonstrado nos programas exibidos em 13 e 20 de fevereiro de 2014 no Encontro com a Fátima Bernardes.

Fica a certeza que mesmo quando tentam enquadrar homens e mulheres em perfis semelhantes, as mulheres são sempre mais exigidas disposição para exibição e desnudamento de seus corpos, assim como controle e delimitação das que o fazem.

### **5.1.3 Programa do Pânico na Band**

O programa Pânico na Band é um programa de humor exibido pela Rede Bandeirantes desde abril de 2012 que traz um conteúdo bastante sexualizado, marcado pela exposição de mulheres seminuas e linguagem bastante informal. Tem um formato bastante diferente dos programas de entretenimento diurnos, pois abusam da exploração dos corpos das mulheres em prol de audiência. Tratam sempre de temas polêmicos e relacionados à sexualidade.

No dia 19 de agosto de 2012 foi exibido um concurso para escolher a *miss* perigete do Pânico. No início do programa, uma das apresentadoras do elenco (Sabrina Sato) justifica a pauta do dia argumentando que "Hoje em dia tem perigete em todos os lugares", "Toda mulher tem um lado perigete", "Um lado que gosta de aparecer". A própria Sabrina Sato declarou-se perigete, afirmando ser o tema do dia bastante atraente para ela.

Mulheres e homens foram entrevistados na rua para definirem o que era uma perigete. Uma mulher disse que perigete "É as minina que usa short curto, vestido curto, sandália alta, brinco grande e muita maquiagem" e um homem afirmou que "São as garotas novinhas, maravilhosas, extrovertidas, inteligentes, 'boas'" Disse isso fazendo gestos obscenos com a boca, em demonstração de sátira e erotização da fala.

Trechos de uma novela também foi exibido para ilustrar a reportagem, assim como imagens do google foram exibidas durante o programa. Tudo de forma bastante humorada. A apresentadora Sabrina Sato afirmou que "Perigete está na última moda" fazendo nesse momento a interlocução da identidade da perigete como um evento passageiro, midiático. Como também trazendo características para as perigetes, que de acordo com ela são pessoas que vão à academia malhar

glúteos, que saem à noite com frequência. Palavras como "boa", "novinha", "gostosa", "vagabunda" foram trazidas na fala de entrevistados associando à periguetete.

Ao perguntar a uma das candidatas porque ela se inscreveu no concurso a mesma relatou "Eu gosto de chamar muita atenção e colocar roupa curta". Durante a exibição do concurso muitas associações à mulher como comida, à necessidade de manter um corpo atlético e de manter relacionamentos diversos foi recorrente, assim como dos entrevistadores de classificar as mulheres, instantaneamente, só pelo modo de vestir e instiga-las a se declararem periguetetes.

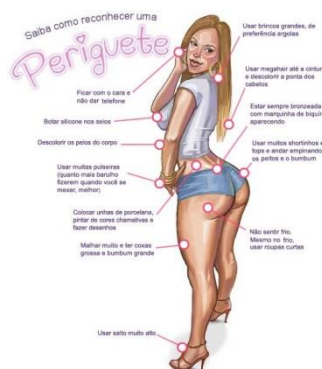
Associação a unhas coloridas, cílios postiços, cabelo compridos e relacionamentos por interesse foram pontuados recorrentemente.

Uma das candidatas ao prêmio de *miss* periguetete afirmava ser mãe e essa condição ser um diferencial positivo para ganhar o concurso, pois demonstrava um empenho maior em ser periguetete em relação às solteiras e sem filhos, ou seja, filhos não impossibilita a mulher de ser uma periguetete.

Ficou clara a intenção de tratar o assunto de forma lúdica e de reforçar estereótipos para a mulher que se reconhece como periguetete. Não trouxe uma discussão sobre o tema, apenas reproduziu imagens já comuns na mídia sobre esse público, emitindo julgamento de valores na fala dos entrevistados e dos apresentadores.

A imagem abaixo demonstra aspectos comuns trazidos na exibição do programa e é bastante frequente em redes virtuais quando querem definir uma periguetete.

Figura 8: Características de uma periguetete



Fonte: google imagens

As identidades que as mulheres carregam não foram alvos do concurso. O objetivo era tratar do assunto com humor, apenas reproduzindo o que os meios de comunicação de massa já trazem sobre esse público, e para isso as falas de entrevistados, apresentadores, imagens de telenovelas e imagens da internet serviram de suporte para reforçar o ideário já formado sobre o corpo e a sexualidade da mulher periguetete. Fischer (2002) afirma que somos chamados a falar sobre como vivemos nossa sexualidade todos os dias. E a exibição desse concurso retrata essa convocação diária de pensarmos em nossos corpos sexuados, ainda que, não necessariamente, faça-nos pensar sobre os limites que enquadram nossos corpos e sexualidades.



## 5.2 Análise das imagens veiculadas no Facebook

As redes sócio-virtuais de relacionamentos representam um grande marco na história, representa avanços tecnológico-digitais de rápida e larga escala. Somos convocados a utilizar aparelhos digitais diariamente. Quem não tem um telefone móvel digital? Quem não utiliza redes virtuais? A verdade é que boa parte dos brasileiros tem acesso à internet, e os aparelhos digitais já se incorporaram na nossa rotina. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (Brasil, 2016), mais de 70% dos lares no Brasil tem internet e isso reflete diretamente em mudanças de hábitos.

Com boa parte da população de porte de aparelhos móveis ultra- tecnológicos e com o acesso facilitado de internet em locais públicos, trabalho, escolas e lares; o advento das redes sociais tem adentrado na rotina dos brasileiros com facilidade e com as super demandas, o acesso a redes sociais tem reduzido distâncias, seduzindo a população para consumir cada vez mais redes sociais virtuais.

Como se tornaram extensão dos relacionamentos reais, nas redes virtuais podem ser encontradas facilmente tensões do cotidiano, como questões de gênero e identidades. Postagens sobre periguetes se tornam tão comuns como debater essa questão em círculos de amizades reais.

Diante a ocorrência de publicações sobre esse público e das implicações que trazem para o campo real, faz-se necessário adentrar nesse universo e analisar que imagens são produzidas no campo virtual de relacionamentos sobre as periguetes e se essas imagens são condizentes com as outras fontes de mídias como a televisão.

A seleção das imagens ocorreu na rede virtual de relacionamentos – Facebook, e foram selecionadas 3 imagens pela repetência nas publicações pelos usuários, das quais:

Figura 09: Facebook 1



Fonte: google imagens

Figura 10: Facebook 2



Fonte: google imagens

Figura 11: Facebook 3



Fonte: google imagens

Das imagens selecionadas fica evidente que a periguetete está associada à imagem de mulher que se afasta do ideal de "santa", de recatada, do lar, que serve para casar. O binômio "santa" ou "puta" é trabalhado na expectativa de separar as mulheres que se adequam aos padrões de sexualidade esperados e as que se afastam deles.

As postagens são mais agressivas que os comentários realizados em programas de TV, por exemplo. Seja pela sensação de anonimato seja pela facilidade de divulgação de comentários, as imagens produzidas marcam negativamente as periguetetes, que são vistas como mulheres não confiáveis, que é o oposto da mulher "certinha", "respeitável".

Assim como no campo real, as periguetetes têm seus lugares demarcados, porém nas redes sociais são mais hostilizadas, ainda que em forma de humor, que em outras mídias.

As redes sociais representam uma nova tendência de partilhar contatos, informações e conhecimentos. O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas em todo o mundo para interagir socialmente. Essa interação surge essencialmente pelos comentários a perfis, pela participação em grupos de discussão ou pelo uso de aplicativos e jogos (PATRÍCIO E GONÇALVES, 2010, p. 594).

O Facebook é uma ferramenta educativa que tanto pode diminuir como aumentar distâncias, unir ou segregar pessoas a depender de seus usos. As imagens trazem em seu bojo muita interatividade e uma bivalência típica nas sátiras empregadas nos meios de comunicação de massa – ironia e humor, não traz reflexões explícitas, apenas reforça violência simbólica e reabastece rótulos para a mulheres que ousam viver sua sexualidade com liberdade.

### 5.3 Análise do Questionário

Foi realizado um questionário fechado com 3 possibilidades de resposta; sim, não ou talvez, com o objetivo de compreender como as participantes conheciam a temática e quais os julgamentos que faziam.

O questionário fechado permite que os participantes respondam com maior fidedignidade, tendo em vista que não precisam discutir suas afirmações, apenas marcar entre as alternativas que mais se aproximava do que acredita. De acordo com Fachin (2006), o método traz mais conforto para os participantes por ser realizado em locais e tempo menos rígidos que outros métodos.

O questionário foi pensado para ser realizado com as mesmas participantes da parte seguinte da pesquisa – grupo focal. Para se ter uma prévia dos conhecimentos sobre a temática e da receptividade para posterior discussão.

Foram convidadas 20 meninas para participarem da pesquisa, foram informadas que haveriam dois momentos – o questionário e o grupo focal e que participariam apenas as que tivessem autorização assinada pelo responsável para participar.

As convidadas eram alunas do 5º ano do ensino fundamental 1 do horário da tarde e possuíam na turma de sala um grupo de faixa etária que compreendia de 10 a 18 anos. 11 adolescentes participaram da pesquisa, a faixa etária compreende de 12 a 18 anos, todas com termo de consentimento assinado.

Todas responderam às 10 questões, foi necessária a leitura do questionário por duas vezes para deixar claro as perguntas e não prejudicar a resposta por uma falta de conhecimento de algum verbete ou interpretação insuficiente da pergunta.

Vale ressaltar que foi esclarecido os objetivos do questionário e da pesquisa, assim como a confidencialidade dos dados e do questionário não visava aferir respostas certas ou erradas, que era um instrumento para conhecer um pouco sobre como as participantes percebiam a temática e para assegurar mais conforto não foi solicitado que se identificassem no questionário.

Durante a aplicação do questionário, as participantes ficaram bastante inquietas, sorridentes e tentavam olhar a resposta das outras para buscar conferir se estavam corretas, embora tenha sido esclarecido que não era uma avaliação com erros e acertos.

O questionário com 10 perguntas inicia questionando se perigete é uma

mulher que usa roupas sensuais com o objetivo de atrair a atenção dos homens, 9 responderam que sim e 2 disseram talvez. Grande maioria compreende que as periguetes usam roupas justas, sensuais que marcam o corpo e acaba por conferir bastante sensualidade.

Quando foram indagadas se ser periguite era muito mais que uma vestimenta, que dizia respeito a identidade a maioria não se posicionou entre sim ou não, 8 responderam que talvez e 3 disseram que sim. Fica evidente que a maioria ficou com receio de se posicionar ou não conheciam bem o teor da pergunta, embora tivesse explicado todas as questões antes e durante a aplicação do questionário.

Quando perguntadas se existe uma concordância sobre o que caracteriza uma mulher periguite, das 11 participantes 7 afirmaram que sim, 1 disse que não há consenso e 3 responderam talvez. Grande maioria acredita que existe um acordo geral sobre o que caracteriza uma periguite, que as mesmas têm pontos em comum e de fácil reconhecimento.

Em sequência foi perguntado se periguite era apenas um modismo, algo que é passageiro. 7 responderam que não era passageiro e 4 disseram talvez. A maior parte acredita que uma mulher que se reconhece como periguite não está sofrendo ações da moda passageira, que de fato se define como tal.

Ao serem perguntadas se a televisão e internet ajudam a divulgar quem são as periguetes 7 afirmaram que sim e 4 disseram talvez. A maioria acredita que os meios de comunicação de massa conseguem propagar essa identidade feminina, sendo através da televisão ou da internet.

Posteriormente foi perguntado se o modo de ser das periguetes é capaz de educar as pessoas através da TV e internet. 2 participantes responderam que sim e 9 disseram que não. Fica evidente aqui o modo como as adolescentes percebem a educação – de modo formal, pois grande maioria afirma que a televisão e internet não educam sobre tudo, ao menos sobre o modo de ser das pessoas. Logo, os meios de comunicação de massa não são instrumentos direcionado para educar, de acordo com a maioria das participantes.

Conseqüentemente foi perguntado se qualquer mulher pode ser uma periguite? 7 participantes disse que sim e 4 disse que talvez. Evidencia que para a maioria uma mulher pode decidir ser periguite ou não. Logo, não é uma identidade rígida, biológica, irrevogável.

Em seguida a pergunta foi: Você acredita que ser perigete gera ganhos para a mulher que se considera perigete? Essa foi a pergunta que teve respostas mais diversas. Pois, 4 afirmaram que sim, outras 4 que não e 3 responderam talvez. Houve manifestações de ideias divergentes sobre o fato de se ter benefícios para a mulher que se reconhece como perigete, ou seja, a liberdade que essa identidade institui pode ser percebida como positiva para algumas e negativa para outras participantes do questionário.

Depois foi perguntado se a perigete é aquela que usa o próprio corpo e sua sexualidade como bem quer? Nessa pergunta todas responderam que sim, ou seja, fica claro para as participantes que a perigete é aquela mulher que tem mais liberdade para dispor do próprio corpo e sexualidade para satisfação pessoal.

A última pergunta tira as participantes da zona de conforto de falar sobre alguém e a questiona e a traz para dentro da pesquisa quando pergunta se ela se considera uma perigete? 1 disse que talvez seja uma perigete, 3 afirmaram que sim categoricamente e 7 negaram, porém das 7 que disseram que não, duas fizeram questão de escrever no questionário "com certeza, não, nunca" e outra escreveu "nunca". Para ambas ser perigete não é algo aceitável, pois as mesmas negaram a possibilidade da identidade da perigete trazer ganhos à mulher, assim como estão bastante certas que há um consenso no que caracteriza as perigetes. Em contrapartida, 3 participantes se autodeclararam perigetes sem se sentirem constrangidas em responder ao questionário.

Abaixo uma tabela melhor explicativa dos dados supracitados:

Tabela 1: Síntese do Questionário

Pergunta	Sim	Não	Talvez
1.Perigete é uma mulher que usa roupas sensuais com o objetivo de atrair a atenção dos homens?	9	-	2
2.Ser perigete é mais que um tipo de roupa, diz respeito à identidade?	3	-	8
3.Existe um consenso sobre o que caracteriza uma perigete?	7	1	3
4.Perigete é apenas uma moda passageira?	-	7	4
5.A televisão e internet ajudam a divulgar quem são as perigetes?	7	-	4
6.O modo de ser das perigetes é capaz de educar as pessoas através da Tv e internet?	2	9	-
7.Qualquer mulher pode ser uma perigete?	7	-	4
8.Você acredita que ser perigete gera ganhos para a mulher que se considera perigete?	4	4	3
9.Perigete é aquela que usa o próprio corpo e sua sexualidade como bem quer?	11	-	-
10.Você se considera uma perigete?	3	7	1

O questionário foi um instrumento importante para fazer uma sondagem com as participantes sobre o que as mesmas conheciam sobre a temática e orientou para possíveis intervenções necessárias no andamento do grupo focal, tendo em vista já conhecer um pouco mais sobre as impressões do grande grupo sobre a temática.

## 5.4 Análise do Grupo Focal

O grupo foi formado com a participação de 11 jovens do sexo feminino, com idades de 12 a 18 anos de uma escola pública do município de Vitória de Santo Antão – Pernambuco. Houve uma tentativa de promover uma homogeneidade por gênero, faixa etária, escolaridade e experiências sociais e comunitárias semelhantes para servir de requisito para formação do grupo com o objetivo de facilitar a sessão do grupo focal, porém, no quesito idade contou-se com uma heterogeneidade pela organização escolar da própria Instituição de ensino que consta com uma assimetria etária nas turmas do 5º ano do ensino fundamental 1.

O grupo foi pensado para ocorrer em uma reunião de aproximadamente duas horas de duração, não havendo a necessidade de outras sessões, pois com a realização do questionário anteriormente o grupo ficou mais fluido, abarcando o que foi planejado. O tempo da sessão e a organização do grupo por afinidades estão respaldados no que Gatti (2012) considera como favorecedores para um grupo focal, não ficando cansativo nem com distâncias muito grandes entre as participantes.

Após a convocação das jovens nas salas de aula da referida escola municipal com as turmas do 5º ano do ensino fundamental 1, houve a apresentação da moderadora, dos objetivos da pesquisa e do método do grupo focal. As colaboradoras que voluntariamente se apresentaram, com o termo de consentimento assinado pelos responsáveis, foram reunidas em uma sala minimamente confortável da mesma escola, em horário vespertino (13 às 15h), no qual estudam habitualmente. Formadas em um círculo, para que todas pudessem se olhar enquanto ocorria a discussão.

Uma apresentação mais profunda da pesquisadora e mediadora do grupo focal foi realizada, assim como foram apresentadas as características de um grupo focal, seus objetivos e a escolha da formação do grupo por esses indivíduos. Fazendo menção que não havia “certo” ou “errado” e nem avaliação das respostas, nem necessidade de consensos e que as impressões que as participantes tinham sobre as proposições era o mais importante para o funcionamento do grupo, assim como a clareza da necessidade e uso do registro das atividades em vídeo.

Posteriormente o roteiro do grupo foi apresentado como as questões que se pretendia abordar e o andamento das atividades na sessão, contemplando questões de identidade, gênero, educação e mídia.

Uma dinâmica iniciou os trabalhos com o grupo focal. Sendo solicitado para que todas se apresentem ao grupo. Para iniciar a sessão foi entregue envelopes com imagens de personagens de telenovelas, dançarinas de funk e anônimas que se autodeclaram periguetes para impulsionar a dinâmica em torno do que aquela imagem representa para cada participante. Se elas conheciam as personagens das imagens, se as mesmas se vestiriam do mesmo modo, se enquadrariam a personagem em algum tipo de identidade, de grupo específico de pessoas, se concordam com o modo de vida da personagem ou não, e se, se identificavam com a imagem.

Foi solicitado que todas fizessem um comentário nos cartões que receberam, sem se identificar, sobre a imagem que possuía, com o propósito de garantir maior liberdade e fidedignidade ao que foi escrito, podendo ser um pensamento, um conceito, características ou mesmo um pequeno relato de experiência.

Visando não intimidar as participantes por possíveis erros ortográficos, cada uma ficou com o seu próprio comentário, para ler e explanar o que escreveu, passando a oportunidade da fala para todas da roda.

Posteriormente, a discussão começou quando todas leram seus comentários endossando seu comentário, deixando explícito no início da dinâmica, que não havia o interesse de designar respostas "certas" ou "erradas", seguindo-se de uma a uma, contemplando a fala de todas as participantes.

Vou chamar as participantes na ordem de fala por letras crescentes de nosso alfabeto. No primeiro momento de fala, restringiram-se a falar sobre o que compreenderam da imagem que recebeu no cartão.

A maioria afirmou que vestiria as roupas das personagens em casa ou mesmo para sair, reconheceram as personagens, inclusive pelos nomes e com quem se relacionaram afetivamente. A participante A afirmou "*Eu me vestiria como ela, eu visto essas roupas em casa, às vezes, até pra sair*". A participante B afirmou que usaria a roupa porque "*É uma roupa normal e ela se veste normal como as outras pessoas normais*", fica claro nesta fala que existe o contraponto ao que não é normal, no primeiro contato, para a participante B a roupa é normal, dentro do parâmetro da normalidade que ela convive.

A participante C disse que não usaria as roupas da personagem da imagem que ela recebeu, pois "*Eu achei a roupa bonita, mas nunca teria coragem de me vestir dessa forma, eu não acho que ela é uma perigete*", e continua dizendo que



não usaria a roupa "*porque é uma roupa muito vulgar*". Essa participante demonstra interesse em usar a roupa, acha atraente, porém não se sente confortável para usar porque está fora dos padrões aceitáveis do que é adequado para uma mulher usar. Controlar o que pode ou não vestir um corpo feminino é uma das atribuições mais contínuas que mulheres e homens fazem todos os dias, pois os corpos femininos são mais regulados e sofrem mais com exposições que os corpos masculinos, como afirma (GOELLNER, 2003).

As participantes D e E afirmaram que usariam as roupas que as imagens trazem, sem problemas. A participante F declarou "*Eu me considero uma periguete, eu me visto assim quando eu vou para a balada e fico assim em casa, eu sou uma periguete*". A participante F não tem receio em se autodeclarar periguete, com muita naturalidade ela trata a identidade periguete como um modo de vestir, que é uma característica bastante forte.

A participante G ficou bastante constrangida em ler seu comentário, afirmou que se veste de modo igual ao da imagem e que "*as pessoas ficam olhando, mas eu não ligo, não. Algumas pessoas já me chamaram de periguete, mas eu não ligo*". Na expressão da participante fica claro que quando as pessoas a chamam de periguete estão demarcando o lugar dela por características que ela traz no próprio corpo. O corpo comunica constantemente de onde viemos, que identidades adotamos, marcam o corpo com tatuagem (BRYM, et al, 2010).

A participante H diz que acha a mulher na imagem uma periguete e que "*não usaria essa roupa porque eu acho ela muito decotada*".

A participante I, diante da imagem diz que "*eu não usaria essa roupa porque ela é de periguete e é muito curta*". Tanto as participantes I e J não usariam as roupas que as imagens trazem porque são decotadas ou curtas demais, na opinião das mesmas. O que entra em desacordo com muitas outras acreditam. Logo, mesmo tendo um grupo de adolescentes que se conhecem, que convivem próximas e têm experiências escolares parecidas e que tem acesso aos meios de comunicação de massa têm concepções diferentes do que é um modo adequado de se vestir, o que para algumas é normal, sem problemas e que usa no seu cotidiano, para outras é impensável pela sensualidade dos trajes.

A participante J falou "Eu vestiria essa roupa porque não tem nada demais nela". Já a participante K relatou que não se vestiria da forma que a personagem na imagem está, mas que não vê problemas nas mulheres usarem essas roupas.

Percebemos que todas as participantes conseguem perceber a sensualidade nas imagens, algumas declaram usarem sem problemas e outras demonstraram mais cautela, inclusive na fala, para dizer que não usaria, mas não acham anormais.

Findada essa parte inicial do grupo focal a mediadora entrevistou com perguntas pontos que ainda não tinham sido abordados na dinâmica ou durante a sessão, estando atenta ao foco da discussão para não desviar do tema nem permitir que a fala fosse “monopolizada” por alguma participante.

Foram perguntadas se essas mulheres apresentadas nas imagens fazem parte de algum grupo específico. A participante J respondeu prontamente que "Não". A participante A declarou que "Pela forma de vestir ela é uma periguete". A participante D retrucou e disse "Eu não acho elas periguetes, porque se elas gostam de se vestir assim, porque gostam né, ninguém tem que...é...cuidar da vida delas".

Foi perguntado o que seria ser periguete, como seria o conceito. Foram muitas as respostas, dentre algumas: "Ser periguete é uma coisa vulgar, né..."; "É uma forma de se vestir meia assim...rapariga"; "Não é obrigado a ser rapariga, não"; "É uma pessoa que uma roupa muito curta"; "É uma mulher que fica com o macho da outra"; "Querem ficar com todo mundo"; "É uma fura-olho". "É uma pessoa normal, ela é porque quer, ninguém obrigou ela a ser nada". Nessas falas, fica evidente que periguete é uma mulher que não respeita os códigos morais estabelecidos socialmente, pois ela abusa da sensualidade nas vestimentas, relaciona-se com vários homens, inclusive, comprometidos. Porém, também é uma escolha se identificar como periguete porque não existe uma obrigatoriedade para sê-la.

Em outros momentos, algumas alunas ficaram mais empolgadas e começaram a se exhibir, ajustando as blusas, enquanto outras começaram a se repetir nas falas afirmando que as periguetes usavam roupas muito curtas. Fizeram menção também a personagens de telenovelas que não estavam nas imagens para exemplificar que eram periguetes, demonstrando compreensão do que estava sendo tratado.

Quando, na roda de discussão, o termo periguete foi atrelado à educação era sempre remetido que periguete não educava ninguém, que no máximo educaria mal aos filhos, ensinando caminhos errados. Logo, uma higienização do que era permitido para uma periguete entrava em discussão, pois liberdade para se vestir é aceitável para a maioria, mas desde que as ações realizadas não ultrapassem as situações

esporádicas, como ir à baladas ou ficar no regozijo do lar.

O corpo é mutável, varia de acordo com os códigos morais a que estamos submetidos no tempo e espaço cultural e tecnológico; o que vestimos é recheado de significados sociais que vão demarcando ideologicamente o próprio corpo (GOELLNER, 2003).

Para finalizar a sessão, a mediadora fez a sugestão de resumir o que foi dito em poucas palavras, com o objetivo de fazer uma releitura dos conceitos que foram trazidos no início da discussão e também para solidificar as aprendizagens. Todas escreveram em um cartão o que ficou da discussão da temática em um breve texto e fizeram uma leitura posterior.

A participante B declarou que uma mulher perigete pode desistir de ser perigete, porque na fala da participante não é condição fixa, a pessoa pode escolher ser ou não e até quando. Existe, então, uma liberdade para escolher ser perigete e deixar de ser quando melhor aprover. Outras redefinições foram feitas, houve afirmativas que declararam que ser perigete não era só usar short curto, assim como também quem usa roupas sensuais não necessariamente é uma perigete.

A demarcação do corpo foi recorrente em todo o grupo focal. As marcas que ele carrega são preponderantes para definir quem é; o corpo é constituído de significados e pode ser valorizado ou desvalorizado dependendo de que identidades expressa. Butler (2015) afirma que o corpo tem sido cada vez mais delimitado, e assentado neles expectativas, principalmente sobre o modo de viver nossa sexualidade. A conversa em grupo demonstra que sobre os corpos femininos é muito forte a marcação do binômio "santa" ou "puta", mesmo que haja interesse em usar vestimentas sensuais e de ter mais liberdade para viver a própria sexualidade, o enquadramento entre o binômio se faz vigorante e necessário, pois ideologicamente os corpos são marcados positivamente ou não pelos traços que carrega.

## 6. Conclusões

O que fica evidente é que a perigete constitui mais que um modo de vestir, representa uma identidade feminina, onde padrões sociais tanto são subversivos quanto regulados, permeia em uma ambivalência, pois ao passo que a repressão à sexualidade feminina é contestada, a mesma não deixa de ser controlada. As marcas que são conferidas às mulheres que vivenciam sua sexualidade livremente as impõem um modo de lidar com seu próprio corpo e o modo com os outros a veem.

A imagem da perigete está imersa de sexualidade e estigmas próprios, assim como "quebra" da expectativa para o ideal de mulher recatada e do lar. O binarismo santa/puta mais uma vez entra em questão, pois a identidade da perigete apresenta comportamentos desviantes do que é esperado para uma mulher que deseja casamento, filhos e um relacionamento com seu corpo pautado na satisfação das necessidades e desejos do outro (homem).

O corpo é temática forte na identidade feminina da perigete, pois à medida que o corpo é usado para expressar e vivenciar sua sexualidade, o mesmo também pode servir de exploração midiática, mercantilizada e erotizada para agradar os homens e ao capitalismo.

Vale ressaltar que as perigetes possuem características por vezes antagônicas; se para algumas é impensável ser casada ter filhos e ser perigete, para outras é completamente "normal". Estaríamos falando de várias identidades ou da possibilidade de viver de modos diferentes essa identidade?

Até onde essa identidade escapa aos padrões sobre o corpo e a sexualidade feminina e até onde é escravizado pelos meios de comunicação de massa é uma incógnita das mais relevantes nos tempos atuais de "liberação sexual".

O fato de sair dos silêncios produzidos por uma sociedade polarizante, de extremos, de duplas morais é tão necessário quanto inegociável para os movimentos feministas. E sendo os comportamentos que as perigetes trazem, desviantes do que se espera das mulheres, em geral, faz emergir discussões além da exploração do corpo e sexualidade da mulher pelo outro, mas da apropriação de seus corpos por si mesmas.

A educação escolarizada rejeita discussões sobre o corpo e a sexualidade dos indivíduos, como se educar os corpos para vivenciar a sexualidade não

circundasse o currículo escolar. A escola educa os corpos para a castração dos desejos nas mulheres e para a exploração e satisfação dos desejos masculinos.

Os corpos são sempre regulados, controlados, inclusive, por quem mais sofre com esse domínio – as mulheres. Adultas ou ainda muito jovens, as mulheres se veem submersas no controle sobre seus corpos e suas sexualidades.

Viver as suas múltiplas identidades é mais penoso quando se é mulher, pois as identidades quando subvertem a lógica pensada para a maioria das mulheres, reincidentem sobre elas as marcas públicas em seus corpos privados das diferenças que ouse possuir.

Logo, as periguetes, ao romperem com as expectativas criadas e recriadas em todos os segmentos de nossa sociedade sexual educada, representam riscos ou mesmo uma anomalia moral para a sociedade. Porém, os veículos de comunicação de massa também educam, fogem aos modelos formais da educação escolarizada e adentram às psiquês de modo informal, através das propagandas, dos programas de palcos, dos personagens criados na TV.

Ela educa apresentando tanto as exigências de normatização dos corpos e sexualidades, como também na superação dessas normas, produzindo conflitos que mais servem à venda de mercadorias de satisfação do que aos sujeitos consumidores de produtos e sonhos.

A pesquisa me fez pensar se os comportamentos das periguetes, que as marcam de modo bastante específico, representam uma insubordinação aos modelos vigentes de tratamento do corpo e da sexualidade ou se é apenas uma reprodução de sentidos trazidos pelos meios de comunicação de massa.

Eu asserto estarem entre os dois pontos. O fato é que os comportamentos das periguetes entram em conflito com os padrões de mulher do lar, do recato, da submissão aos desejos masculinos. Até aqui, reconhece-se as premissas dos movimentos feministas atuais, que lutam por equidade de direitos e oportunidades para o uso do próprio corpo. Porém, a partir do momento que essa subversão é controlada pela mídia, dizendo até e como podem atuar os corpos dessas mulheres, deixa de ser tão subversivo e passa a servir a um sistema de massas que reinventa modelos para deles subtrair adeptos e alimentar o próprio sistema que as controla.

Outro ponto a ser considerado é a servidão aos desejos dos homens, pois os mesmos são grandes consumidores dessas imagens hipersexualizadas produzidas pela mídia. As mulheres também consomem essas imagens quando desejam vestir-

se igual às personalidades famosas que se vestem "como perigete", ou quando assistem a telenovelas onde as personagens são perigetes que frequentam lugares que acabam seduzindo as teventes a também frequentarem esses mesmos lugares pelo desejo de consumir as mesmas oportunidades que personagem a ou b.

Diante da mercantilização dos desejos, os corpos femininos são "empurrados" a vivenciar e consumir produtos que reforcem o ideal de beleza esperados que as mesmas assumam. O que gera lucros, realimentando o sistema que as oprimem.

O fato é que existe uma aceitação para o modo das perigetes vivenciarem suas identidades, de mulher que ousa experimentar sua própria existência sem pedir permissão para o sexo oposto, porém, existe também um controle para que esse modo de viver sua "liberdade" não deixe de ser condicionada aos desejos dos homens. Logo, estigmas são resignificados para desacreditar mulheres que ousem "voar alto demais". Percebe-se que relações de poder estão estritamente relacionadas às identidades femininas, na tentativa de manter sob controle seus corpos, sexualidades, reprodutividade, força de trabalho e consumo.

Não digo que as perigetes vivam em liberdade assistida, que tenham suas satisfações condicionadas unicamente aos desejos masculinos, mas evoco pensar às várias perspectivas que as identidades que se mostram subversivas, especialmente as femininas, cheguem a ser "moda" e com isso as exigências para que sejamos todas sensuais, mas comedidamente.

Ainda assim, mesmo que o controle sobre os corpos femininos façam parte de uma estrutura midiática maior, não se pode negar a abertura de espaço para que as mulheres vivam mais plenamente sua sexualidade.

A internet e a televisão educam a partir de sua grade de programação, mas também visibilizam as mulheres para que as mesmas pensem sua sexualidade como direito e não como dever de procriação e satisfação alheia.

O uso afirmar que os meios de comunicação de massa são eficazes na criação e reprodução de identidades, e quando a sexualidade feminina é o alvo, são implacavelmente competentes em disseminar estereótipos para cada "tipo" de mulher. São vários os modelos de mulher, mas no geral, o binarismo santa/puta prevalece. Logo, a que serve para casar não é a mesma que vivencia sua sexualidade livremente, embora viver a própria sexualidade seja naturalizada nas telenovelas e programas de TV.

Não obstante, os meios de comunicação de massa educam para a dupla

moral, porque ser sensual é requisito "obrigatório" para as mulheres, pois para serem eternamente belas e jovens é indispensável o consumo de produtos que prometem a realização desses desejos impostos.

No grupo focal a relação da perigete como uma mulher jovem, bonita e sensual foi evidenciada do mesmo modo como é apresentado cotidianamente na mídia, logo é maduro afirmar que os meios de comunicação de massa figuram importante influência na delimitação de marcas sobre os corpos femininos.

O que é normal e aceitável foi recorrente na fala das participantes, demonstrando a importância da aprovação social para o modo de ser mulher diante dos outros. Ousar acaba por ser limitado, havendo regras para ser livre. Quebrar paradigmas da sexualidade reprodutiva, ou seja, da reprodução em detrimento do prazer persiste ainda que nas gerações mais jovens. Porque ser mãe, educadora e perigete não respeita uma lógica natural e esperada, de acordo com o que pôde ser colhido na pesquisa. Contrapondo-se ao sentido da "revolução sexual", do prazer em sentir prazer, da liberdade para ser o que se é.

Ao se identificar perigete a mulher assume de imediato a ambivalência – liberdade/cárcere moral e sexual, pois a regulação sobre o corpo feminino não finda pela "liberdade" que lhe foi "permitida". Sobre seu corpo ainda existirão normas esperadas seja de distanciamento da conduta da mulher não-perigete, pela exploração da imagem hipersexualizada na mídia, rotulações em vestimentas e linguagem, ou pela valorização da liberdade conquistada sobre seu corpo e sexualidade.

As representações sobre o corpo feminino são muitas, mas em se tratando de atuação da mulher sobre seus desejos, tornam-se ferrenhas e ardilosas. Ao passo que a liberdade sobre o próprio corpo assume um caráter revolucionário, de apropriação de si mesmas outras facetas lhes são impostas – a das tachações sociais. A mulher insistentemente é refutada ao afirmar suas identidades e liberdade de expressar sua sexualidade, o que não ocorre aos homens na mesma proporção.

Os silenciamentos impostos às mulheres vão sendo vagarosamente, mas gradativamente rompidos com a atuação das mesmas nos mais variados setores da sociedade. E que maior revolução pode haver que a de poder administrar algo que lhe é seu por singularidade – o próprio corpo? Defendo e findo esta pesquisa mais alegre do que triste. As mulheres, como eu, reivindicam cada vez mais seu lugar inegociável de direito a Ser Humano livre, pleno, sexuado.

## Referências

ALVES, Branca Moreira; PINTANGUY, Jacqueline. **O que é o feminismo**. Coleção primeiros passos. São Paulo: brasiliense, 2007.

AMÂNCIO, Lígia. Gênero - representações e identidades. In. **Sociologia - problemas e práticas**. Nº 14, 1993, p. 127-140.

AMENO, Agenita. **Crítica à tolice feminina**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_. **Crítica à tolice feminina**. Grupo Editorial Record, 2001.  
Disponível em:  
[http://www.record.com.br/autor\\_entrevista.asp?id\\_autor=1495&id\\_entrevista=133](http://www.record.com.br/autor_entrevista.asp?id_autor=1495&id_entrevista=133)  
Acesso em: 02 ago. 2015.

AMOUNT, Jacques. **A Imagem**. Tradução Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

BIESDORF, Rosane Kloh. **O papel da educação formal e informal**: educação na escola e na sociedade. In. Revista Itinerarius reflectionis. Revista eletrônica do curso de pedagogia do campus Jataí – UFG, vol. 1 nº 10, 2011.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação?** 42ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Dominação Masculina**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. 160 p. BOURDIEU, PIERRE. **A dominação masculina**: A condição feminina e a violência simbólica. Tradução: Maria Helena Kuhner. 1ª ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Presidência da República, 1998.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Estatuto da Criança e do



Adolescente. Brasília: Presidência da República, 1990.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília: Presidência da República, 1996.

\_\_\_\_\_. **Lei Nº 1212.852, de 5 de agosto de 2013.** Estatuto da Juventude. Brasília: Presidência da República, 2013.

\_\_\_\_\_. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: Maio. 2016.

\_\_\_\_\_. **Parâmetros Curriculares Nacionais:** introdução aos parâmetros curriculares nacionais. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997. 126p.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo:** fatos e mitos. 4ª edição. São Paulo: Difusão europeia do livro, 1970.

BOURDIEU, PIERRE. A dominação masculina: a condição feminina e a violência simbólica. 1ª edição. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. 8ª edição. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2015.

BRYM, Robert J.; LIE, John; et al. **Sociologia:** sua bussola para um novo mundo. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CHAUÍ, Marilena. **Repressão sexual:** essa nossa (des) conhecida. 11ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1988.

CANDAU, Maria Vera; GABRIEL, Carmem Teresa (Org). **Cultura (s) e Educação:** entre o crítico e o pós-crítico. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

CASTELLS, Manuel. A Era da Informação: economia, sociedade e Cultura. Vol. 2. **O**

**Poder da Identidade.** 3ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CERQUEIRA, Lígia Campos; CORRÊA, Laura Guimarães; ROSA, Maitê Gugel. **A cartilha da mulher adequada:** ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. Contracampo: revista de pós-graduação em comunicação – UFF. Disponível em: [www.uff.br/pdf](http://www.uff.br/pdf) Acesso em: 20 maio 2015. Edição: 24/2012. P 121-139.

CONANT, James B; et al. Relatório e recomendações da Comissão Carnegie de Televisão Educativa. **Televisão educativa:** um programa de ação. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1967.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural.** São Paulo: Brasiliense, 1998.

DAMATTA, Roberto A. **Carnavais, malandros e heróis:** para uma sociologia do dilema brasileiro. 6ª edição. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

\_\_\_\_\_. **O que faz o Brasil, Brasil?** 8ª edição. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DAYRELL, Juarez. **A escola “faz” as juventudes?** Reflexões em torno da socialização juvenil. Educ. Soc. Campinas, vol. 28, nº 100 – Especial, p. 1105-1128, out. 2007.

**DECLARAÇÃO DOS DIREITOS SEXUAIS.** Disponível em: <http://www.worldsexology.org/wp-content/uploads/2013/08/DSR-Portugese.pdf> Acesso em: 01 Ago. 2015.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia.** 5ª edição. São Paulo: Saraiva, 2006.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia:** modos de educar na (e pela) TV. Revista Educação e Pesquisa. São Paulo, vol. 28, nº 1, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 20 maio 2015.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 50ª edição. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2015.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia do Oprimido.** 58ª edição. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2014.

FREIRE FILHO, João. **Mídia, estereótipo e representação das minorias.** In: ECO-PÓS. Rio de Janeiro, v.7, n.2, agosto-dezembro, 2004, p. 47- 48.

FREIXO, Manuel João Vaz. **Metodologia Científica: Fundamentos, Métodos e Técnicas.** 3ª edição. Lisboa: Instituto Piaget, 2011.

FURLANI, Jimena. **Educação sexual na sala de aula: Relações de gênero, orientação sexual e igualdade étnico-racial numa proposta de respeito às diferenças.** Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

\_\_\_\_\_. **Mitos e tabus da sexualidade humana.** 3ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

GATTI, Bernadete Angelina. **Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas.** Brasília: Líber Livro, 2012.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A produção Cultural do corpo. In. LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

**GOOGLE IMAGENS.** Disponível em: [www.goolge.com.br](http://www.goolge.com.br) Acesso em: 10 jun.2015.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas.** Ensaio: aval.pol.públ.Educ. vol.14 no.50 Rio de Janeiro Jan./Mar. 2006. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-40362006000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40362006000100003) Acesso em: 15 ago. 2015.

GUTIÉRREZ, Rachel. **O feminismo é um humanismo.** Rio de Janeiro: Antares-Nobel, 1985.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

LAZAR, Judith. Mídia e Aprendizagem. In. **Mediatamente!** Televisão, cultura e educação. Ministério da Educação, Secretaria de Educação à Distância, Brasília, 1999.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação:** Uma perspectiva pós-estruturalista. 6ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

\_\_\_\_\_. Pedagogias da sexualidade. In. Org. LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado:** pedagogias da sexualidade. 2ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

\_\_\_\_\_. **Um corpo estanho:** Ensaios sobre sexualidade e teoria queer. 2ª ed; 2ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO, Pollyanna. Aplicações interativas: tendências para a publicidade na TV digital. In. BRONSZTEIN, Karla Patriota. **A natureza das mídias digitais:** Novos

paradigmas para a publicidade. Recife: Editora Universitária UFPE, 2013.

MENDES, Thayana Brito. **Juventude**: breve análise da categoria social *patricinhas-periguetes*. XI POSCOM, Seminário dos alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, 04,05,06 e 07 de novembro de 2014.

MENDES, Thayanan Brito; GONÇALVES, Márcio. **Metarepresentação da sexualidade feminina nas mídias sociais digitais**: Universo das piriguetes nas telenovelas da rede Globo. In. Intercom – Sociedade Brasileira de estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha – ES – 22 a 24/05/2014.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 30ª edição. RJ, Petrópolis: Vozes, 2011.

MOMO, Mariangela. **Mídia e consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai à escola**. Pós-graduação da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tese de doutorado. Porto Alegre, 2007. 366 páginas.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX**: espírito do tempo 1: neurose. 10ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

NASCIMENTO, Clebemilton Gomes do. **Piriguetes e putões: representações de gênero nas letras de pagode baiano**. In: Seminário Internacional Fazendo gênero: Corpo, violência e poder, 2008, Florianópolis. Editora Mulheres, 2008.

NILTON, Hernandes. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

PATRÍCIO, E. E. GONÇALVES, V. **Facebook**: rede social educativa? I Encontro Internacional TIC e Educação, 2010. P. 53-598.

PINTO, Virgílio Noya. **Comunicação e Cultura Brasileira**. São Paulo: Ática, 1999.

PIRES, Vera Lúcia. **A representação discursiva das subjetividades de gênero na mídia publicitária**. In. Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, de 25 a 28 de agosto de 2008. Disponível em: [www.fazendogenero.ufsc.br](http://www.fazendogenero.ufsc.br). Acesso em: 23 abr. 2015.

PORTELLA, Ana Paula. Novas e velhas questões sobre o corpo, sexualidade e reprodução. In. ÁVILA, Maria Betânia (org.) **Textos e imagens do feminismo: mulheres construindo a igualdade**. Recife: SOS Corpo – Gênero e Cidadania, 2001.

RECTOR, Monica; TRINTA, Aluizio Ramos. **Comunicação do Corpo**. São Paulo: Ática, 1990.

RODRIGUES, Rui Martinho. **Pesquisa Acadêmica: Como facilitar o processo de preparação de suas etapas**. São Paulo: Atlas, 2007.

SAVIANI, Dermeval. **Pedagogia histórico-crítica**. 11ª edição. São Paulo: Autores associados, 2013.

SÁNCHEZ, Francisco Martínez. Os meios de comunicação e a sociedade. In. **Mediatamente! Televisão, cultura e educação**. Ministério da Educação, Secretaria de Educação à Distância, Brasília, 1999. P. 55 – 90.

SANTOS, Teresa Cristina Bruel. **A construção da mulher na mídia**. Disponível em: [50aconstrucaodamulhernamidia12166](http://50aconstrucaodamulhernamidia12166). Acesso em: 10 mar. 2015.

**SIGNIFICADOS**. Disponível em: <http://www.significados.com.br/piriguete/> Acesso em: 05 jun. 2015.

SILVA, Tomaz Tadeu. As relações de gênero e a pedagogia feminista. In. SILVA, Tomaz Tadeu. **Documentos de Identidade: Uma introdução às teorias do currículo**. 3ª edição. 4ª reimpressão. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura:** a comunicação e seus produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **O monopólio da fala:** Função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1989.

\_\_\_\_\_. **A comunicação do grotesco:** Introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

STUDART, Heloneida. **Mulher:** objeto de cama e mesa. 20ª edição. Petrópolis: Vozes, 1990.

TÁVOLA, Artur da. A cultura do hiper-real. In. **Mediatamente!** Televisão, cultura e educação. Ministério da Educação, Secretaria de Educação à Distância, Brasília, 1999. P. 41 – 53.

UNESCO. **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural.** 2002. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf> Acesso em: 01 ago. 2015.

VIEZZER, Moema. **O problema não está na mulher.** São Paulo: Cortez, 1989. Coleção biblioteca da educação. Série 3 – Mulher Tempo, Vol. 3.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In. SILVA, Tomaz Tadeu (org). **Identidade e Diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 10ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

## Apêndice 1



UNIVERSIDADE  
FEDERAL RURAL  
DE PERNAMBUCO



### **PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM EDUCAÇÃO, CULTURAS E IDENTIDADES**

#### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

##### **Dados de identificação**

Título do Projeto:

Periquetes: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de comunicação de massa e sua influência para a educação informal

Pesquisadora Responsável:

Joyce Bezerra de Souza

Instituição a que pertence a Pesquisadora Responsável:

Universidade Federal Rural de Pernambuco / Fundação Joaquim Nabuco

Telefones para contato: (81) 983296736 - (81) 997752446

Nome da participante:

\_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ anos - R.G. \_\_\_\_\_

Responsável legal (quando for o caso):

\_\_\_\_\_ R.G. \_\_\_\_\_

Responsável legal: \_\_\_\_\_



## TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr. (ª) está sendo convidado (a) a participar do projeto de pesquisa “**PERIGUETES: um estudo sobre o uso da imagem da mulher nos meios de comunicação de massa e sua influência para a educação informal**”, de responsabilidade da pesquisadora Joyce Bezerra de Souza.

1. A pesquisa apresenta como objetivo de estudo a análise das imagens produzidas nos meios de comunicação de massa sobre as periguetes e sua interlocução com a educação informal. Sendo através da pesquisa possível avaliar a compreensão da dimensão do poder dos veículos de comunicação de massa na construir e desconstruir padrões de comportamentos e valores femininos, inclusive na educação informal.
2. Na primeira etapa da pesquisa será realizada através de um **questionário** com 10 questões de múltipla escolha.
3. Em um segundo momento será realizado um **grupo focal**, que é uma roda de conversa entre as participantes sobre a temática, com a presença da pesquisadora/mediadora. Um grupo de dez jovens do sexo feminino, entre doze e dezoito anos, da escola \_\_\_\_\_ são questionadas sobre as imagens apresentadas de mulheres que se caracterizam como periguetes e instigadas a falar sobre suas percepções, objetivando trazer para a discussão questões de gênero, sexualidade, identidades, cultura e educação através das imagens e questões apresentadas. A sessão do grupo focal será registrada através de áudio e vídeo que estarão à disposição das participantes na conclusão da pesquisa.
4. Espera-se que a pesquisa traga benefícios para a participante e para a comunidade escolar, pois a temática é atual e trata de assuntos conflituosos como gênero, identidade, meios de comunicação e educação.
5. É garantido à participante sanar quaisquer dúvidas, em qualquer tempo do andamento da pesquisa, sobre os procedimentos, riscos, benefícios e outros assuntos relacionados com a pesquisa ou com o tratamento individual.

6. A participação é **voluntária** e o consentimento para a participação poderá ser retirado a qualquer momento, não havendo prejuízos para à continuidade da pesquisa.

7. A pesquisadora compromete-se à:

- Garantir que o uso dos dados da pesquisa serão exclusivamente utilizados para fins acadêmicos;

- Manter os dados da pesquisa em arquivo físico ou digital, sob guarda ou responsabilidade durante 5 anos após o término da pesquisa;

- Garantir a confidencialidade das informações geradas e a privacidade do sujeito da pesquisa, salvo em casos, em que os/as participantes manifestem por escrito o desejo de identificação.

Eu, \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_ declaro ter sido informada e concordo em participar da pesquisa acima descrita.

**Ou**

Eu, \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_, responsável \_\_\_\_\_ legal por \_\_\_\_\_,

RG \_\_\_\_\_ declaro ter sido informado (a) e concordo com a sua participação na pesquisa acima descrita.

Ao devolver o questionário, aceito os termos apresentados.

Recife, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

## **Apêndice 2**

### **Roteiro para Grupo Focal**

- 1) A partir das imagens vistas, você acredita que elas pertencem a algum grupo específico?
- 2) Sendo as mulheres apresentadas identificadas como periguetes, como você concebe uma periguite?
- 3) Você se identifica como uma periguite, por quê?
- 4) Qualquer mulher pode ser uma periguite, por quê?
- 5) A televisão e internet ajudam a divulgar quem são as periguetes?
- 6) Você acredita que a TV e a Internet, que são excelentes comunicadores de informação, de alguma forma, difundem essa identidade feminina?
- 7) Você acredita que a escola traz as identidades para ser tratado na sala de aula no dia a dia?
- 8) Você acredita que a identidade das periguetes tem um viés educativo e que consegue entrar na escola? Se sim, de que forma?



## Anexo 1

### Imagens para grupo focal

