

# Influência da mídia infantil na construção de gênero e formação do jovem. Psicologia Social.

Raissa Fernandes Fortunato e Me. Arthur Kelles Andrade

## Centro Universitário UNA

Psicologia, Itabira e arthur.kelles@animaeducacao.com.br

### Introdução

Conceitos que sofrem alterações conforme a realidade histórica e são ditados, mesmo que involuntariamente, pela sociedade, são denominados construções sociais. A teoria de gênero é uma criação que busca contrapor as definições dos papéis sociais e identificação do sujeito com base exclusivamente no fator biológico e o denomina justamente como uma construção social, segundo Rial, Lago e Grossi (2005).

### Objetivos

Esta pesquisa busca compreender e analisar a construção social de gênero presente na publicidade e conteúdo audiovisual para o público infantil. Justificando essa análise como forma de explicitar as consequências produzidas na criança.

### Metodologia

Foram selecionados 10 artigos e a partir deles foi confeccionada uma tabela em que estão dispostos o título dos artigos, os autores, ano de publicação e material de análise. O processo de análise seguiu a metodologia da análise de conteúdo (Bardin, 1977). Primeiramente organizou-se as produções a serem submetidas na pré-análise, delimitado somente o que se enquadra no objetivo da pesquisa a fim de explorá-los com marcações e decodificações de conteúdo.

### Resultados

#### PALAVRAS NA PUBLICIDADE DEFININDO GÊNERO

Ser Menina		Ser Menino	
Beleza e afins	39x	Forte e afins	25x
Família Maternidade	27x	Automóveis	24x
Cuidado doméstico	22x	Super Heróis	22x
Fragilidade	21x	Agressividade	19x

Barreiras que rompem com padrões de gênero foram notadas algumas vezes nas publicidades, porém somente referente a meninas realizando atividades comuns ao masculino. Acredita-se que isso ocorra justamente pelo ideal pejorativo aplicado ao conteúdo feminino. Todavia, é tido empoderador para a mulher se sobressair realizando atividades rotuladas como masculinas.

### Conclusões

A representação de gênero vendida para as meninas idealiza uma mulher que privilegia cuidados domésticos, beleza, estética e a maternidade. Para os meninos, é vendido um ideal de homem sendo forte, viril, explorador e ativo. Com o ênfase na competitividade, atrelado a violência e reforço da ideia de superioridade do gênero masculino na sociedade, a mídia acaba emplacando uma figura masculina violenta que busca atacar prejudicadores da sua posição social.

### Bibliografia

RIAL, C.; LAGO, M. C. de S.; GROSSI, M. P. Relações sociais de sexo e relações de gênero: entrevista com Michèle Ferrand. Rev. Estud. Fem., Florianópolis, Dez. 2005

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977

Apoio Financeiro: concessão de Bolsa pelo Programa PROCIÊNCIA 2022/2

