DOSSIÊ

REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO E REIFICAÇÃO DA MULHER NO ESTILO MUSICAL SERTANEJO UNIVERSITÁRIO

GENDER REPRESANTATIONS AND REITIFICATION OF WOMEN IN SERTANEJO UNIVERSITÁRIO MUSIC

Karla de Oliveira Kian[27]
Alvaro Marcel Palomo Alves[28]

Submissão: 01/09/2016 Revisão: 12/09/2016 Aceite: 16/09/2016

Resumo: Partindo do referencial sóciohistórico, interessamo-nos pelo estudo dos significados construídos pela música sertaneja universitária acerca dos gêneros sexuais. Neste estudo escolhemos três músicas deste estilo tomando como critério a maior audiência de acordo com o ECAD (2012-2014). A metodologia empregada foi a Epistemologia Qualitativa. Como resultado, identificamos que a desvalorização da mulher tem origem na divisão sexual do trabalho, e os núcleos de significação construídos foram: relações reificadas, prazer e afeto.

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

Abstract: From a socio-historical framework, we are interested in scrutinizing the meanings constructed by a Brazilian music style: sertanejo universitário in relation to sexual genders. For this study, we selected three songs, using as a criterion the largest audience from 2012 to 2014 according to the Brazilian copyright collection agency (ECAD). A Qualitative Epistemological method was used. As a result, we identified that the devaluation of women has its roots in the sexual division of labors, in addition the constructed meaning cores were: reificated relations, pleasure and affection.

Keywords: Socio-historical Psychology. Marxism. Gender representation. Sertaneja music.

[27] Iniciação Científica - Universidade Estadual de Maringá. Contato: kian.k@gmail.com.
[28] Doutorado em Psicologia e Sociedade - linha de pesquisa Infância e Realidade Brasileira - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho(UNESP), campus de Assis. Professor Adjunto na Universidade Estadual de Maringá. Contato: ampalves@uem.br.

Introdução: pressupostos teóricos

O discurso filosófico que marcou o século XVII e o início da modernidade é o Idealismo, inaugurado por Descartes que apresentou a subjetividade humana (o cogito) como o princípio e o fim da existência humana e de todas as coisas. Esse princípio idealista influencia o criticismo kantiano (século XVIII) e o idealismo dialético hegeliano (séculos XVIII – XIX). Opondo-se radicalmente ao idealismo clássico, o Materialismo, defendido por Feuerbach (1804-1872), apreende a realidade a partir dos objetos sensíveis, mas negligencia a consciência e subjetividade humanas. Karl Marx (1818-1883) Friedrich Engels (1895) criticaram fortemente a corrente de pensamento idealista, sobretudo no estudo de Hegel, mas tampouco concordaram com o Materialismo tradicional. Os autores entendem que os idealistas limitam-se ao plano da contemplação, apartados da materialidade e da objetividade do mundo, de modo a impossibilitar qualquer transformação real, e essa é justamente a chave teórica que ambos defendem: "Os filósofos apenas interpretam o mundo diferentemente, importa é transformá-lo." (Marx; Engels, 2007, p. 29, grifo dos autores).

Quanto ao materialismo da época, Marx e Engels propõe um novo materialismo, que considere a subjetividade humana e o contexto histórico e social dos sujeitos: "O ponto de vista do velho materialismo é a sociedade civil, o ponto de vista do novo é a sociedade humana, ou a humanidade social." (Marx; Engels, 2007, p. 29, grifo dos autores). Segundo Lessa e Tonet (2011):

> [...] com Marx, será o momento em que a humanidade, pela primeira vez, consegue compreender sua especificidade de modo radical: pelo trabalho, ao transformar a natureza, a humanidade cria novas possibilidades e necessidades objetivas. Isso significa que são as novas condições de existência objetivas que determinarão o desenvolvimento da consciência (Lessa; Tonet, 2011, p. 34, grifo nosso).

Para o materialismo histórico, o trabalho é o intercâmbio do homem com a natureza e também a principal atividade humana, Marx o toma como um distinto meio de explicação da construção do sujeito e de suas relações: "[...] o modo de produção da vida material condiciona o processo da vida social, política e espiritual em geral. Não é a consciência que determina a vida, mas a vida que determina a consciência" (Marx; Engels, 1986, p. 37). É por meio do trabalho, da atividade objetiva, a práxis, que a subjetividade humana é moldada.

O modo de organização capitalista é pautado na propriedade privada e no trabalho explorado, que foram, em dado momento, uma possibilidade histórica. A vida do homem primitivo tinha escassos recursos e o agrupamento aumentava as chances de sobrevivência. Com o desenvolvimento da agricultura, o ser humano pôde desenvolver também melhores condições e instrumentos de trabalho, o que significou um salto qualitativo do ponto de vista ontológico. O trabalho excedente, por sua vez, possibilitou também o trabalho explorado (Lessa, 2012):

> O surgimento da propriedade privada não é a gênese de uma "coisa", mas de uma nova relação social, de uma nova forma de os homens organizarem a vida coletiva. A propriedade privada é fundada por uma nova forma de trabalho, o trabalho alienado (explorado): a transformação da natureza nos meios de produção e de subsistência será realizada, agora, por meio da exploração do homem pelo homem (p. 23, grifo nosso).

A naturalização de processos históricos, segundo Lessa e Tonet (2011) nas sociedades primitivas era conferida a espíritos e deuses, enquanto que

> Nas sociedades de classe, além da religiosidade, as alienações ganham uma nova qualidade ao brotarem da propriedade privada, da exploração do homem pelo homem e do patriarcalismo. Nelas, a exploração do homem pelo homem ganha, aos poucos, um caráter de naturalidade, embora seja social. A posição que cada um ocupa na sociedade, o tipo de trabalho que exerce, o acesso que tem à riqueza já não aparecem como resultado da própria atividade humana, mas como fruto de forças misteriosas e poderosas que nos oprimem (Lessa; Tonet, 2011, p. 90, grifo nosso).

A atribuição do "caráter natural" ao modo de organização social, de produção e de relações, furta do homem a autoria de suas próprias ações e projeta essa capacidade para fora da realidade e da história. O processo de normatização dos papeis sexuais (o ser homem ou ser mulher) é intenso no processo de socialização e educação das crianças. Há uma rígida diferenciação do que é cabível a cada um dos sexos, desde comportamentos a gostos pessoais (das cores, das vestimentas e dos brinquedos), adequados para cada um. "Rigorosamente, os seres humanos nascem machos e fêmeas. É através da educação que recebem que se tornam homens e mulheres" (Saffioti, 2011, p. 10). As explicações dessas diferenças limitadas à biologia (aspectos genéticos ou hormonais) ignoram por completo a história e a própria categoria humana que nos diferencia de animais irracionais. Essa inábil compreensão da realidade trabalha a favor da re-posição das identidades pressupostas descrita por Ciampa (1988) ou seja, o tornar-se homem ou mulher é tido como uma condição natural, imutável e inquestionável.

Consideramos relevante o estudo da construção de gêneros pelo lugar desvalorizado e oprimido ocupado pela mulher em nossa sociedade, conforme nos revelam os dados sobre violência e discriminação sofridas pela mulher. O interesse pela investigação das representações da mulher no sertanejo universitário emergiu, da constatação do fato de este estilo musical ser demasiadamente valorizado no contexto midiático atual, sendo um dos estilos mais propagados na grande massa popular, especialmente entre o público jovem. Esse estilo tem se revelado um crescente fenômeno altamente lucrativo para a indústria musical brasileira, inclusive com espaço no cenário internacional. Segundo o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), em 2012 o estilo musical sertanejo universitário liderou as três primeiras posições das músicas mais tocadas em shows e o autor com maior arrecadação de direitos autorais por execução pública também reproduz esse

estilo. Em 2013, o sertanejo universitário ocupou as duas primeiras colocações no ranking das mais tocadas em shows e se destacou no ranking geral do ano. O estilo foi destaque nos rankings anuais de 2014 e 2015 no quesito "músicas mais tocadas em shows". Nos shows de carnaval de 2016 duas canções do estilo musical sertanejo universitário estiveram entre as cinco mais tocadas. Revelações do sertanejo universitário já foram referenciadas até mesmo na famosa revista americana Billboard. O sucesso, é claro, também é refletido em larga escala nas redes sociais. Somada a essa visibilidade deste estilo musical, consideramos a abrangência da cultura machista e sua reprodução em vários contextos, entre eles, na mídia.

Além de apresentar-se como a expressão de ideias e particularidades de determinado grupo social, a música é também um meio de criação, manutenção e transmissão de valores, é, portanto, em alguma proporção determinante da consciência. Na concepção sóciohistórica, a subjetividade humana é construída historicamente a partir de suas ações objetivas, à medida que o sujeito cria a cultura e transforma a sociedade, transforma a si mesmo. Logo, a análise de conteúdo popularmente difundido pela mídia configura-se como um interessante veículo de reflexão das consequências desse tipo de apropriação, de modo especial para a Psicologia. Nesta análise buscamos a compreensão do sujeito em sua gênese social na construção de seus objetos, entendendo-os, portanto, como produto histórico e social, e transcendendo os seus significados semânticos (mais restritos e objetivos) em direção aos sentidos (mais amplos e mediados por suas particularidades). Tomamos como referencial a epistemologia qualitativa de Gozalez Rey para a análise do material, que seguiu as seguintes etapas: decomposição dos objetos selecionados e análise dos núcleos de significados; aglutinação dos núcleos de significado, por similaridade, complementaridade ou contraposição; definição do número de indicadores, a partir dos núcleos escolhidos: papéis de gênero assumidos por mulheres e homes nas músicas do estilo sertanejo universitário.

O estilo musical sertanejo universitário

Segundo Sena e Gomes (2013), o sertanejo universitário é um desdobramento do sertanejo de raiz e teve sua origem em festas universitárias de jovens do interior que associaram ao estilo clássico instrumentos como baixo, guitarra e bateria. Esses autores entendem "estilo" como "[...] o emprego dos meios de expressão – como se encaixa as estruturas gramaticais (sons, palavras, formas e construções); o processo de composição – forma, gênero e pensamento como tema, visões de mundo" (Sena; Gomes, 2013, p. 217). Comparando, portanto, as diferentes gerações do estilo musical sertanejo é possível observar uma mudança na construção sonora e a temática ainda permeia o campo do amor e dos relacionamentos afetivos, mas as concepções e o vocabulário passaram por significativas alterações.

Considera-se que a produção do estilo sertanejo, desde a sua gênese até a atualidade, assim como outros estilos musicais, recebeu diferentes influências e desenvolveu-se em diferentes regiões do país. Não há uma fonte única e verdadeira que possa delimitar suas fases, onde uma vertente começa e onde se transforma em outra, sendo a "história do sertanejo" passível de diferentes interpretações. Neste trabalho buscou-se apresentar uma síntese levando em consideração as duplas de maior evidência em cada período exposto. De modo geral, apresentamos quatro momentos do sertanejo.

O pioneiro estilo sertanejo chamado "de raiz", anterior à década de 1950, é associado à figura do(a) sertanejo(a), o homem (predominante nesse período) que canta e conta histórias cotidianas do sertão, de amores e de saudade, ao som de sua viola e de sua sanfona, como por exemplo, "Alvarenga & Ranchinho" e "Tonico & Tinoco". A geração dos sucessos das duplas "Chitãozinho e Xororó", "João Paulo e Daniel", "Leandro e Leonardo" e "Zezé di Camargo e Luciano" (aproximadamente do final da década de 1970 até 2000) foi marcada por músicas que falavam do sofrimento de amores não correspondidos ou não passíveis de realização. A segunda metade da década de

2000 re-caracterizou o sertanejo, mesmo que concomitantemente ao ininterrupto sucesso da geração de anos anteriores. Os sucessos de "César Menotti e Fabiano" e "João Bosco e Vinicius" apontaram para uma nova vertente do sertanejo, afastando-se da posição do homem que ama e sofre incondicionalmente. O ritmo tornava-se cada vez mais "dançante". Finalmente, em meados de 2010 os sucessos de "Guilherme e Santiago", "Michel Teló" e "Gusttavo Lima" revelaram uma nova face do sertanejo. O maior espaço desse estilo ainda é dominado por homens, mas há uma crescente inserção feminina, em duplas ou em carreiras solo.

Sobre a construção das músicas do estilo sertanejo universitário, Sena e Gomes (2013) consideram que "[...] apesar da fórmula das músicas ser composta por poucos acordes, refrão repetitivo e letras romântica não é significado para falta de qualidade da música. Tudo depende dos critérios adotados" (Sena; Gomes, 2013, p. 217). Em sua análise, esses autores apoiaram-se na estilística e na fonoelística que

> [...] trata dos valores expressivos de natureza sonora observáveis nas palavras e nos enunciados. Fonemas e prosodemas (acento, entonação, ritmo), constituem um complexo sonoro de extraordinária importância na função emotiva poética (Sena; Gomes, 2013, p. 219).

Metodologia

Utilizamos o referencial da epistemologia qualitativa de Gozalez-Rey para a análise do material. A pesquisa seguiu os seguintes passos: Decomposição dos objetos selecionados e análise dos núcleos de significados; Aglutinação dos núcleos de significado; Definição do número de indicadores, a partir dos núcleos escolhidos: papéis de gênero assumidos por mulheres e homes nas músicas do estilo sertanejo universitário. Os objetos foram selecionados pelo critério de maior audiência, foram estes: Ai se eu te pego, interpretada por Michel Teló: música mais tocada em shows no ano de 2012; Camaro amarelo, interpretada por Munhoz e Mariano: música mais tocada em shows, a quinta

mais executada em casas de festas no ano de 2013; Piradinha interpretada por Gabriel Valim: a quinta música mais tocada em casas de festas no primeiro trimestre de 2014, sendo a mais tocada no estilo sertanejo universitário.

Resultados

Sociedade capitalista, século XXI

A análise de conteúdo, na perspectiva sóciohistórica, transcende o estudo dos significados e caminha para o sentido do objeto em estudo. O "significado" de uma palavra se refere à generalização de um conceito que é aplicado em determinado discurso, e embora possa se modificar de acordo com o contexto tem caráter estático. O "sentido", por sua vez, é dinâmico, fluido e inesgotável. A busca pela apreensão de um sentido implica na apreensão do sujeito que o produz: em sua singularidade e do contexto no qual foi produzido. Destarte, o sentido nunca será um produto acabado, e a análise de um objeto será sempre dirigida para o processo no qual foi construído. Nas palavras de Vygotsky (1934/2001b, p. 481)

> [...] para entender o discurso do outro, nunca é necessário entender apenas algumas palavras; precisamos entender o seu pensamento. Mas é incompleta a compreensão do pensamento do interlocutor sem a compreensão do motivo que o levou a emiti-lo.

Torna-se especialmente interessante, nesta metodologia, a busca pelo "não dito", isto é, partir do aparente em busca dos motivos e dos afetos que mobilizaram tais formulações não perdendo de vista que são em todo caso construções subjetivas e objetivas. Assim como Aguiar e Ozella (2006):

> Queremos apropriar-nos daquilo que diz respeito ao sujeito, daquilo que representa o novo, que, mesmo quando não colocado explícita ou intencionalmente, é expressão do sujeito, configurado pela unicidade histórica e social do sujeito, revelação das suas possibilidades de criação (p. 227).

Em nossa investigação, portanto, tomamos como fundamental a compreensão da realidade na qual nosso objeto foi produzido a partir da teoria e da metodologia propostas. De acordo com Vygotski, a gênese do ser é social, e se dá no movimento do singular (individual) para o universal (social) e do universal para o singular (numa relação dialética), mediada pelo particular. A categoria mediação é constituinte do indivíduo, pois a partir de sua condição particular (contexto histórico e relações sociais) é que ele relacionará a sua singularidade com o universal. Isto é, ontologicamente, o sujeito é único, mas a maneira como e o quanto ele se apropriará dos bens historicamente produzidos pela humanidade, da cultura (a dimensão universal) é determinada por suas mediações, suas condições individuais de existência material. O desenvolvimento da personalidade de cada sujeito, portanto, dar-se-á nas relações sociais e de trabalho e no espaço específico ocupado pelo indivíduo nessa teia de relações. Marx e Engels (1986) consideram que o trabalho, enquanto principal atividade do ser humano determina a vida dos sujeitos em todos os seus aspectos, e por isso, diferentes formas de organização do trabalho corresponderão a diferentes modos de relações, valores morais, política, religião, da própria consciência humana, a personalidade.

Como um indivíduo só existe como um ser social, como um membro de algum grupo social em cujo contexto ele segue a estrada do desenvolvimento histórico, a composição de sua personalidade e a estrutura de seu comportamento reveste-se de um caráter dependente da evolução social cujos aspectos principais são determinados pelo grupo (Vygotski, 2004).

Em uma sociedade norteada pela luta de classes, o acesso à produção humana é (e deve ser) desigual. A classe dominante tem a possibilidade de apropriar-se do conhecimento mais avançado já produzido, e a classe dominada, desprovida dessa mesma possibilidade, é assaz limitada a atingir níveis de desenvolvimento mais elevados. Leontiev (2004) considera que a classe possuidora dos meios de produção possui também a maior parte dos

meios de produção e difusão da cultura, de modo a estratificá-la e subordiná-la a seu próprio favor . Nas sociedades capitalistas a lógica de dominação-exploração é transferida nas relações gerais entre diferentes grupos sociais de modo que

> A unidade da espécie humana parece ser praticamente inexistente não em virtude das diferenças de cor da pele, da forma dos olhos ou de quaisquer outros traços exteriores, mas sim das enormes diferenças e condições do modo de vida, da riqueza, da atividade material e mental, do nível de desenvolvimento das formas de aptidões intelectuais (Leontiev, 2004, p. 293).

Essa heterogeneidade é compreendida por Vygotski (2004) como uma contradição inerente ao modo de produção capitalista, onde de um lado temos a pobreza e a impossibilidade de um desenvolvimento livre e do outro, o ócio e o luxo.

Em poucas e simples palavras, o modo de produção capitalista pode ser ilustrado pela relação estabelecida entre o capitalista, proprietário dos meios de produção, com o trabalhador, que vende sua força de trabalho em troca de um salário, para que mantenha o seu sustento e o de sua prole. Com a inserção da grande maquinaria no contexto da ascensão da grande indústria no século XVIII foi possível aumentar o grau de exploração e precarização do trabalho: o trabalho desempenhado pelos sujeitos passa a ser controlado pela máquina, tem-se como consequências imediatas: a intensificação da produtividade, isto é, produzir mais em menos tempo (ainda que houvesse a diminuição da jornada de trabalho, no entanto, o que em regra ocorre é o seu aumento); o barateamento da força de trabalho e maior facilidade para substituições de trabalhadores (pois o tempo de formação é incrivelmente reduzido); a inserção de mão-de-obra feminina e infantil, e sobre esta destacamos que

Os diferentes estágios de desenvolvimento da divisão do trabalho são, da mesma maneira, diferentes formas da propriedade; quer dizer, o estágio da divisão do trabalho em cada uma das fases determina também as relações dos

indivíduos uns com os outros no que diz respeito ao material, ao instrumento e ao produto do trabalho (Marx; Engels, 2007, p. 43, grifo nosso).

A manutenção das diferenças de gênero – e também como ocorre com outros marcadores sociais – serve ao capitalismo para enfraquecer a luta da classe trabalhadora, pois os coloca em pares de desigualdade tratando-os como oponentes no mercado de trabalho quando na realidade lutam contra o mesmo opressor. As relações entre homens e mulheres, nesta sociedade, serão atravessadas pelas relações de poder que por sua vez são pautadas na divisão sexual do trabalho.

A mulher na sociedade capitalista

De acordo com o materialismo histórico o espaço desvalorizado ocupado pela mulher na sociedade capitalista tem origem na divisão sexual do trabalho, que delegou às mulheres o espaço privado em detrimento do público. Tal arranjo familiar foi mantido por diversas estratégias ideológicas e institucionais que forjaram identidades cristalizadas e reificadas. Com o surgimento da propriedade privada, a imposição da família monogâmica e principalmente do controle da sexualidade da mulher surgiu como meio de assegurar ao homem que seus bens fossem, de fato, passados a herdeiros legítimos, de tal modo que a própria mulher era tomada como propriedade do homem. A despeito das significativas conquistas e avanços nos campos do direito e do mercado de trabalho nas últimas décadas, a construção do papel social da mulher ainda é de submissão ao homem e de serviçal do lar. De acordo com os Anuários dos Trabalhadores (dados do DIEESE), as mulheres representam a maior parte da população declarada "sem rendimentos", e o trabalho doméstico é exercido quase integralmente por mulheres, e em sua maioria, por mulheres negras.

Apesar de sua contribuição à sociedade e à economia, o trabalho doméstico é subvalorizado e pouco regulamentado, sendo uma das ocupações

que apresenta os maiores déficits de trabalho decente. Em função de suas características e de seu entrelaçamento com aspectos fundamentais da organização social e das desigualdades de gênero e raça – como a divisão sexual do trabalho e a desvalorização do trabalho reprodutivo – o trabalho doméstico é marcado pela invisibilidade, pela subvalorização e por situações de precariedade e informalidade. Tudo isso contribui para que esta atividade não seja percebida como uma profissão como todas as outras. (O.I.T., 2010. pp. 11-12)

De acordo com os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) publicados nos Boletins do Observatório do Mercado de Trabalho de 2010, a maior porcentagem de postos de trabalho gerados foi ocupada pelos homens, no entanto, o próprio documento destaca o aumento do contingente feminino. Observa-se que o salário médio real de admissão dos homens se mantém maior que os salários das mulheres. Desde 2003 o salário dos trabalhadores teve alta de 31,34% e das trabalhadoras 25,61%. Dos cargos ocupados, até um salário mínimo as mulheres são maioria, mas a partir de 1 até mais de 20 salários mínimos essa relação é proporcionalmente inversa, a favor dos homens.

As diferenças de gênero nos diferentes âmbitos refletem diretamente nos dados da violência contra a mulher, de acordo com o Mapa da violência (2015), o femicídio é crescente no Brasil: de 1980 para 2013 o aumento da taxa de mulheres assassinadas foi de 252%, no total foram 106.093 registros. Toma-se por "femicídio" a morte de mulheres pelo fator de gênero, sem outros marcadores como etnia ou motivações políticas ou religiosas. Nestes casos, "A violência contra as mulheres é definida como universal e estrutural e fundamenta-se no sistema de dominação patriarcal presente em praticamente todas as sociedades do mundo ocidental" (Pasinato, 2011, p. 230).

A mídia se configura como um poderoso instrumento de re-posição de papeis sociais. Por meio de músicas, programas e comerciais de TV e mais

recentemente nas redes sociais de internet, muitos preconceitos e estereótipos têm sido re-postos e naturalizados. Os estereótipos se configuram como generalizações atribuídas a grupos e/ou indivíduos, são sistemas de crenças sustentados por valores dominantes em relação à população dominada. Apoiando-se nos estudos sociológicos de Berger & Luckmann (1988), Pereira Junior (2001) define estereótipos da seguinte forma:

Os estereótipos são representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. Trata-se de representações porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo possui sobre o outro. Reiteradas porque criadas com base numa repetição. À base de rigidez e de reiteração, os estereótipos acabam parecendo naturais; a sua finalidade é, na realidade, que não pareçam formas de discurso, e sim formas de realidade. Finalmente, são reducionistas, porque transformam uma realidade complexa em algo simples (Pereira Jr., 2001, p. 9).

A construção dos modelos de feminilidade e de masculinidade se dá pelos seus opostos: o feminino é o não masculino, e vice-versa, essa própria fixação serve aos interesses da classe dominante e às relações de poder. Fabiano (2009) considera a função da publicidade e seus mecanismos na erotização das relações a serviço da ordem econômica vigente.

Assim, mulheres de corpo definido, segundo o gosto do momento, em traje de banho, bronzeadas, sensuais, provocantes, desejáveis vão se transformando (melhor termo seria metamorfozeando) em garrafas de cerveja cujo design e cor associam-se ao "bronze" do corpo da mulher em close, também rorejado de gotas d,água, similar ao dorso do gargalo da garrafa (em close), rorejado de gotas geladas, num cenário praiano de sol escaldante. Perfumes, cremes, produtos de beleza em geral, moda e marca de produtos e roupas íntimas, carros, jóias, sapatos, etc, seguem o mesmo ritual de sedução/indução das sensações eróticas deslocadas nos produtos. Pode-se afirmar que um significante erótico é fragmentado e desliza os seus fragmentos

num significado econômico corrompendo a integridade da mensagem que assim se abre para o conteúdo ideológico que dela se apropria. Ou seja, o receptor é instigado por um nível de mensagem que se perverte a caminho e as sensações provocadas são reordenadas para satisfazer-se com o produto anunciado (Fabiano, 2009, p. 50-51).

De acordo com Saffioti (2001), a mídia pode representar a mulher de distintas formas, mas isto não altera a lógica das relações de poder que a envolvem:

Qual é a imagem da mulher nos meios de comunicação de massa? Tome-se, por exemplo, a figura da mulher que anuncia produtos na televisão. A mulher encarna ou a figura da dona-de-casa, fazendo publicidade de produtos de limpeza, alimentos, adornos, ou a figura da mulher objeto sexual, anunciando perfumes, roupas e joias destinados a excitar os homens. Em qualquer dos casos – o da dona-de-casa e o da mulher objeto sexual – a mulher está obedecendo aos padrões estabelecidos pela sociedade brasileira. Ela pode ser a esposa legal, a namorada oficial, ou pode ser a outra, aquela que proporciona prazer ao homem, mas a quem é negado o direito de ser a mãe dos filhos deste homem. Aparentemente, estes dois modelos ou arquétipos de mulher são opostos. Na verdade, existem diferenças entre eles. Todavia, o mais importante é mostrar sua identidade básica: esposa legal ou "a outra", a mulher é sempre escolhida, não escolhe (p. 30, grifo nosso).

As clássicas propagandas da marca de produtos de limpeza Bombril, da década de 1990, protagonizadas pelo "Garoto Bombril" eram totalmente dirigidas ao sexo feminino, de todas as idades, demarcando o posicionamento "indiscutível" de que tarefas domésticas são exclusivas da mulher, como é possível identificar nas falas de seus comerciais: "A mulher Bombril tem 1001 utilidades"; "Sua mãe já conversou com você sobre aquilo? (alusão para sexo e o referido produto); "Estou aqui para falar para você dona de casa...". A perspicaz estratégia na busca da fidelização de consumidores também dirigiu a

propaganda da esponja de aço às crianças: "Se a senhorita tem só quatro anos, e ainda nem sabe para que serve Bombril, o titio vai explicar...", em outro comercial: "Um bom menino..." – lista-se uma série de ações como "não desobedecer, ir à escola, respeitar os mais velhos" – e na sequência: "Agora, um conselho para as boas meninas: o bom Bombril na limpeza é bacana, o bom Bombril está sempre em ação, o bom Bombril faz tudo na cozinha, e na cozinha não arruma confusão. Boas meninas, só usam Bombril.". O novo slogan da marca: "Bombril – Os produtos que evoluíram com as mulheres", protagonizada pela cantora Ivete Sangalo, apresenta nova abordagem: a mulher é denominada "guerreira e de atitude", mas "[...] naqueles momentos em que a gente acha que está tudo errado, a mulher levanta, sacode a poeira e ainda usa os produtos Bombril". O crescimento do número de mulheres no mercado de trabalho (e de outros tipos de emancipação) foi captado e invertido pela empresa com a mensagem de que não importa se a mulher assume várias funções e atividades no âmbito público, de toda forma, os afazeres domésticos são de sua total responsabilidade.

A campanha publicitária da cerveja Itaipava Verão 2016 (lançada em 16/12/2015) equipara a personagem "Verão" e outras mulheres que aparecem nos comerciais ao produto anunciado: a serem apreciados, comercializados e consumidos. Em contrapartida, os homens do comercial, ávidos por tais consumos, lançam "sedentos" e desejantes olhares ao corpo da mulher objetificada, inclusive na presença de sua companheira, o desrespeito e a insinuação de infidelidade do homem são retratadas no comercial com naturalidade e até doses de bom humor.

Considerando estudos acerca da temática, identificamos as representações da mulher em distintos estilos musicais populares como reprodutoras de relações assimétricas entre homens e mulheres. De acordo com o estudo de Bernardes, Carlos e Accorssi (2015) sobre o funk carioca, esse gênero musical "[...] se tornou uma atração comercial com exploração da mídia

da música, da dança, do corpo da mulher e da erotização de crianças." (p. 355), as autoras também consideram que este é um espaço de reforço e naturalização da dominação da mulher pelo homem. Araújo (2014) comparou as representações de feminilidade e masculinidade em vários estilos musicais – samba, pagode, funk e sertanejo – e identificou representações reprodutoras do padrão machista, no qual

> [...] evoca-se o papel passivo da mulher, submissa às vontades sexuais e afetivas do outro, à espera da solicitação de seus serviços e atraída por status, dinheiro, automóveis possantes e outros bem materiais. Em contrapartida, delineia-se também a figura de um homem viril, sempre disposto à relação sexual, ativo, conquistador, esperto, autônomo e livre (Araújo, 2014, s/p).

E, por outro lado, representações que questionam tal padrão, mas não a hierarquização de poder nessas relações, "no caso, a solução encontrada é a assunção de atributos tradicionalmente ligados ao homem (promiscuidade, insensibilidade, agressividade, controle, coisificação do parceiro sexual)" (Araújo, 2014, s/p).

Souza & Rodrigues (2014) fizeram o recorte de várias músicas populares brasileiras na investigação da constituição da identidade feminina em diferentes estilos musicais dos quais destacamos o sertanejo que, segundo as autoras, "[...] apresenta uma comparação da mulher com o carro, vista como objeto de prazer e poder do homem" (Souza; Rodrigues, 2014, s/p). A mulher também assume a identidade de "mulher gostosa", isto é, dotada de atributos físicos que atendem ao padrão de beleza da nossa sociedade. "O sentido de "gostosa" é identificar a mulher como perfeição de beleza, é intocável, e pode ser comparada às mulheres de cartaz de propaganda de cerveja" (Souza; Rodrigues, 2014, s/p). De forma contraditória, assumindo a identidade de "mulher fatal", a mulher também é admirada pelos homens por sua beleza, mas é apresentada de maneira mais empoderada e digna de respeito. Nesse estilo, a mulher ainda assume as identidades de "ciumenta" – e nesta análise consideramos que o

ciúme é colocado como uma característica de competição e não de união entre as mulheres, diferente da posição das autoras – e de "experiente", "nesse sentido é que a mulher é dominadora, experiente e poderosa. E o discurso, os papéis saem invertidos, pois é o homem que se torna objeto de prazer da mulher" (Souza; Rodrigues, 2014, s/p). Contudo, compreendemos que a "inversão" de papeis entre homem e mulher apresentada nas músicas, em geral, não são formas de real emancipação feminina, e sim novas formas de reprodução de relações de dominação.

Relações reificadas e valorização das mercadorias, prazer e afeto

Aqui, pretendemos desenvolver os conceitos de mercadoria e reificação como formas de explicar o papel ideológico das músicas sertanejas. A historicidade e a materialidade, constituintes das relações sociais, são extraídas das análises posteriores, a realidade é velada e sua compreensão se limita ao aparente. Essa limitação implica na manutenção das ideias que naturalizam comportamentos, diferenças sexuais, sistemas econômicos, relações de poder e crenças religiosas. Sobre isso, Leontiev (2004) explica:

> A divisão social do trabalho transforma o produto do trabalho num objeto destinado à troca, [...] o produto toma um caráter totalmente impessoal começa a sua vida própria, independente do homem, a sua vida de mercadoria (Leontiev, 2004, p. 294, grifo do autor).

As relações sociais entre os donos das mercadorias aparecem, assim, como relações entre coisas, e não entre pessoas, pois a mercadoria é a forma material da igualdade dos trabalhos humanos e o canal pelo qual seus possuidores se relacionam.

O caráter misterioso da forma-mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens os caracteres sociais de seu próprio trabalho como caracteres objetivos dos próprios produtos do trabalho, como propriedades sociais que são naturais a essas coisas, e, por isso, reflete

também a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação social entre os objetos, existente à margem dos produtores" (Marx, 2013, p. 147).

A valorização das mercadorias, a humanização da coisa, corresponde à desvalorização do ser humano, a reificação de suas relações. Isso significa dizer que, nas relações capitalistas, o sujeito será definido de acordo com as riquezas que possui ou do trabalho que executa.

Nas músicas do estilo sertanejo fica evidente como o aspecto humano se subordina frente à mercadoria: essas músicas exprimem a mensagem de que, nesta sociedade, as pessoas são avaliadas (julgamento de valor) pelas mercadorias que possuem; logo, possuir carros importados, joias, roupas de grife e frequentar lugares caros (elitizados) conferem ao sujeito um espaço valorizado e desejado socialmente. Desta sorte, toda relação humana (social, familiar, afetiva) será atravessada pela mercadoria. O abismo das desigualdades sociais – de condições materiais de vida – produzido no capitalismo, é a degeneração da própria espécie humana, pois essa forma de organização reprime a humanidade dos seres de tal maneira que os tornam escravos de sua própria criação. Marx (2013) caracteriza a sociedade capitalista como uma imensa coleção de mercadorias, pois a sua lógica é a produção e a acumulação de riquezas, não importando os meios e as consequências de tal finalidade.

De maneira mais ou menos implícita, as músicas do estilo sertanejo universitário reproduzem a valorização do capital e do estilo de vida burguês, o culto ao corpo e ao prazer imediato e a representação da mulher demasiadamente erotizada. O cenário frequentemente associado nas letras e nos videoclipes dessas músicas é um ambiente de festa com jovens e consumo de bebidas alcoólicas. O uso abusivo de álcool e a manutenção de relações sexuais, de orientação heterossexual, com vários(as) parceiros(as) – principalmente de parceiras, isto é, a proporção de várias mulheres para um homem – são

apresentados como características especialmente apreciadas. A fala dos sujeitos demarca os espaços em que cada um ocupa nesta relação de poder.

Quer quando o homem desfruta de uma posição de poder no mundo do trabalho em relação à mulher, quer quando ocupa a posição de marido, companheiro, namorado, cabe-lhe, segundo a ideologia dominante, a função de caçador. Deve perseguir o objeto de seu desejo, da mesma forma que o caçador persegue o animal que deseja matar. Para o poderoso macho importa, em primeiro lugar, seu próprio desejo. Comporta-se, pois, como sujeito desejante em busca de sua presa. Esta é o objeto de seu desejo. Para o macho não importa que a mulher objeto de seu desejo não seja sujeito desejante. Basta que ela consinta em ser usada enquanto objeto (Saffioti, 2001, p. 18).

A relação afetiva comumente apresentada entre o homem e a mulher nas músicas do estilo sertanejo universitário exige que ele assuma o papel dominador e provedor e a ela de submissa. Em seu ritual de conquista, o macho tem a oferecer as mercadorias que possui e sua virilidade, e como moeda de troca espera que a fêmea se entregue e o satisfaça. Estes são os moldes da típica família monogâmica burguesa na qual o homem se equipara a um comprador e a mulher a uma mercadoria. Em concordância com Lessa (2012) compreendemos que este tipo de organização familiar é pautado na propriedade privada, ao homem é exigido o papel de provedor e à mulher de serviçal do lar e mãe, dela convém a fidelidade conjugal, mas dele não.

> [...] o homem, enquanto marido a ser servido, à esposa, que domina tiranicamente o espaço doméstico para melhor atender a seu "provedor"; reduz a riqueza e densidade das relações afetivas abertas à paternidade na mesma proporção que sobrecarrega a maternidade com a função de mediação entre o senhor, a prole e os serviçais (Lessa, 2012, p. 69).

As diferenças de gênero, nessa perspectiva, são alimentadas em prol da manutenção da estrutura social posta, "[...] os homens, por seu turno, vão se brutalizando: o sexo é uma necessidade socialmente reconhecida do "macho",

afetos são "coisas de mulher". A família monogâmica burguesa vai crescentemente dissociando amor e sexualidade" (Lessa, 2012, p. 71). A objetificação da mulher nas músicas do estilo sertanejo universitário reflete os papeis de (in)utilidade e de descartabilidade atribuídos às pessoas peculiares da sociedade contemporânea capitalista, os termos empregados nas músicas nos permitem inferir o nível de objetificação e da superficialidade dos relacionamentos: os verbos "pegar" (em Ai se eu te pego e em Piradinha), "escolher" e "sobrar" (em Camaro amarelo) reforçam os papeis de dominador do homem e de passividade da mulher. Para além do seu significado, "pegar" é uma denominação informal comum entre os jovens para se referir às relações que tem como premissa a validade de poucos dias (às vezes, poucas horas) sem maiores comprometimentos ou vínculos, o objetivo é apenas o prazer sexual. Interpretando as expressões "nossa", "delícia", "assim você me mata" e "ai se eu te pego" (em Ai se eu te pego) no contexto, identificamos que estas são referências diretas – embora também implícitas – ao ato sexual e ao ordinário desejo de realizá-lo, a linguagem utilizada pelo sujeito demarca a unilateralidade da ação, isto é, destaca a assimetria da relação. De forma contraditória, contudo:

> Como o homem detém poder nas suas relações com a mulher, só ele pode ser sujeito do desejo. Não resta a ela senão a posição de objeto do desejo masculino. Assim, o máximo de prazer alcançado pelo homem não passa de um "prazer" solitário, isto é, um prazer pela metade, incompleto. Ignorando o desejo (ou carência de desejo) da mulher, o homem é conduzido a "realizar" seu próprio desejo exclusivamente na ejaculação. Isto significa uma redução da sexualidade; logo, representa um empobrecimento (Saffioti, 2001, p. 19).

Representada comumente como objeto, a mulher perde seu aspecto humano e sua existência se limita à utilização de outrem e, não sendo mais útil ou desejável, é descartada e prontamente substituída, assim como na lógica das relações entre capital e trabalhador. Ao homem é reservado um papel privilegiado nesta relação desigual, contudo, ele também é desumanizado à

medida que não lhe é permitido vivenciar afetos originalmente humanos e lhe são impostos os "atributos do macho": a virilidade, a força, a coragem, a racionalidade e o sucesso financeiro.

Resgatamos a concepção de emoções da Psicologia Histórico-Cultural para compreender como o papel da afetividade na apreciação estética das músicas pode estar à serviço da reprodução da ordem social vigente. Inspirado na filosofia de Espinosa, Vigotski critica as teorias cartesianas das emoções de sua época que mantinham uma visão dualista de corpo-mente e cognição-afeto, e considera que as emoções não podem ser explicadas pela causalidade, pois elas "[...] assumem um papel ativo, que desencadeia ações e não somente são desencadeadas por elas. Eliminam-se, assim, as contradições entre o interno e o externo e entre imaginação e pensamento realista" (Machado; Facci; Barroco, 2011, p. 649-650). Não se admite, destarte, o pensamento e ação apartados da emoção, eles são inerentes à existência humana.

> Toda emoção é um chamamento à ação ou uma renúncia a ela. Nenhum sentimento pode permanecer indiferente e infrutífero no comportamento. Ao sermos afetados, se alteram as conexões iniciais entre mente e corpo, pois os componentes psíquicos e orgânicos da reação emocional se estendem a todas as funções psicológicas superiores iniciais em que se produziram, surgindo uma nova ordem e novas conexões (Vigotski, 2001, p. 139).

Refutando a ideia de emoções universais e inatas proposta por Descartes, nesta perspectiva os afetos – sentimentos e emoções – são constituídos a partir das condições objetivas, social e historicamente determinados. O amor sexuado individual se desenvolveu no contexto do novo modelo de família burguesa com a expansão capitalista. O novo modo de organização econômica e social foi fortalecido com a afetividade no individualismo burguês (Lessa, 2012).

O prazer é uma forma de fugir da tensão e das condições objetivas de sofrimento, mas tal prazer se esvai rápido e necessita ser novamente "carregado". O uso de expressões sexuais são uma forma da música gerar o

mais rápido possível o processo de objetificação. Tal processo torna uma palavra imediatamente associada a um objeto, que é carregado de significado. Como Vigotski e Leontiev demonstraram, o significado é produto das relações históricas e levam sempre a marca da luta de classes.

Considerações finais

Tendo como pressuposto o referencial sociohistórico compreendemos subjetividade e objetividade como partes indissociáveis de um mesmo processo. O trabalho é a atividade constituinte do ser humano – das funções psicológicas superiores, que o diferencia dos outros animais – o determinante no desenvolvimento humano são as leis sociais e não as biológicas, e não se trata da negação destas últimas, mas de sua necessária superação para o alcance de um estágio de psiquismo mais elevado.

Destarte, a construção de gêneros sexuais e do patriarcado – sistema estrutural de violência e dominação da mulher – tem bases nas relações objetivas, materiais e sociais, e são demarcados historicamente. No capitalismo o espaço desvalorizado ocupado pela mulher tem origem na divisão sexual do trabalho, o qual fez uso de estratégias ideológicas e institucionais para manutenção de identidades cristalizadas e reificadas: a ascendência do modelo familiar monogâmico serviu aos princípios burgueses em plena ascensão do capitalismo, na defesa da propriedade privada, e definiu o papel e os atributos de cada membro familiar: o homem como provedor do sustento da família e emocionalmente afastado dela e a mulher, reclusa ao espaço e às tarefas domésticas que por sua vez são desvalorizadas para o capital, exercendo o papel de serviçal do marido e responsável pela criação dos filhos. E mesmo com a entrada da mulher no mercado de trabalho – por necessidades do capital – a lógica das relações hierárquicas entre os sexos foi mantida: as mulheres foram sujeitadas a menores salários em relação aos homens – e ainda são – e a piores condições também.

A análise inversa da realidade, isto é, partir dos produtos sociais acabados sem questionar sua historicidade e condições de criação é o que compreendemos por alienação na perspectiva marxista, significa atribuir à ação do ser humano causas e explicações externas a ele naturalizando o que é fundamentalmente social e histórico. Assim, os papeis ocupados por cada indivíduo na sociedade são reproduzidos como se fossem imutáveis e dados a priori.

Ao analisar as músicas do estilo musical sertanejo universitário buscamos aprofundar, em primeiro lugar, a compreensão das bases das relações objetivas que constituem a subjetividade dos sujeitos e que também são constituídas por ela. Buscamos, além do significado das construções, a construção dos sentidos. Identificamos que essas músicas trabalham para a manutenção da lógica da reprodução capitalista na qual predominam as relações reificadas, isto é, a valorização de mercadorias proporcionalmente à objetificação de pessoas. A posse de riquezas nas músicas é apresentada como o alcance de um status e de poder socialmente reconhecidos, e em contrapartida, as relações entre pessoas têm conotação de consumo e de descartabilidade, isto é, literalmente consumir pessoas enquanto as deseja e descartá-las quando não mais forem. A sexualidade é regulada por relações históricas, a associação da mulher a um objeto sexual, tão presente nas músicas analisadas, é coerente aos moldes da família monogâmica burguesa, que defendia de um lado a poligamia masculina e do outro a fidelidade da mulher caso fosse casada ou a prostituição feminina, e do amor sexual individual, que também emergiu no contexto da ascensão capitalista. Assim, o afeto cumpre o papel de mobilizar a apreciação estética das músicas na manutenção da reprodução dessas estruturas sociais, a identificação dos sujeitos com as identidades que lhe são postas. Sendo, pois, ligados à emoção todo pensamento e toda ação, concluímos que as músicas do estilo sertanejo universitário, sendo produtos de determinado contexto histórico e social ao apregoarem princípios que os mantém legitimam também as relações

de exploração e dominação do capitalismo e do patriarcado e suas consequenciais tais como: a discriminação da mulher, as violências e em última instância o femicídio.

Referências

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

ALONSO, G; **Cowboys do asfalto**: música sertaneja e modernização brasileira. 2010. 528 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2010.

ARAÚJO, J. S. de. A mulher como o Outro e outras representações de feminilidade: Dominação, negociações e disputas de gênero na música popular massiva brasileira. Revista **Entre Meios**, v. 11, s/p, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCOS. **Mercado Brasileiro de música 2009.** Disponível em: http://www.abpd.org.br/estatisticas_mercado_brasil.asp. Acesso em: 1º de out. 2014.

BARROS, J. P. P. et al . O conceito de "sentido" em Vygotsky: considerações epistemológicas e suas implicações para a investigação psicológica. **Psicol. Soc**., Florianópolis,v. 21, n. 2, p. 174-181, Aug. 2009.

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

BILLBOARD. **Brazilian Sertaneja Music is On The Rise**, From Michel Telo to Gusttavo Lima. Disponível em: http://www.billboard.com/biz/articles/news/global/1084932/brazilian-sertaneja-music-is-on-the-rise-from-michel-telo-to. Acesso em: 21 de out. 2014.

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

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

CONSTANTINO, E. P.; CARNEIRO, M. C.; VASCONCELOS, M. S.; **Psicologia**: reflexões sobre as relações sujeito-objeto. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

DIEESE. **Anuário dos trabalhadores 2005**. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socieconômicos. 6ª ed. São Paulo. 2005.

DIEESE. **Anuário dos trabalhadores 2008**. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socieconômicos. 9ª ed. São Paulo. 2008.

DIEESE. **Anuário dos trabalhadores 2010/2011**. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socieconômicos. São Paulo. 2011.

DIEESE. **Anuário das mulheres brasileiras**. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socieconômicos. São Paulo. 2011.

ESCRITÓRIO CENTRAL DE ARRECADAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO. Disponível em: **http://www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx**. Acesso em: 21 de out. 2014.]

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

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

GIL, A. C.; **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo: Atlas Editora, 2002.

HEINNEGEN, I. Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social. Revista **Mal-estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 10, n. 4, p. 1173-1201, dez. 2010.

HEINZELMANN, F. L. al. A tirania da moda sobre o corpo: submissão versus subversão feminina. **Rev.Mal-EstarSubj**, Ago 2014, vol.14, no.2, p.297-305. ISSN 1518-6148

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

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

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

MACHADO, L. V.; FACCI, M. G. D.; BARROCO, S. M. S. Teoria das emoções em Vigotski. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 16, nº. 4, p. 647-657, out-dez, 2011.

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

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

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Global, 1987.

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

MATTIOLI, O. C. A infância através dos tempos: do "bichinho de estimação" ao ser cidadão. **Mudanças:** psicoterapia e estudos psicossociais, São Bernardo do Campo, ano IV, n. 10, p. 151-172, 1998.

MESZÁROS, I. Marx: **Teoria da Alienação**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores S.A. , 1981.

OIT. **Trabalho doméstico no Brasil** : rumo ao reconhecimento institucional / OrganizaçãoInternacional do Trabalho, Escritório no Brasil. Brasilia: ILO, 2010.

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

PEREIRA Jr., Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia** – os bastidores do

telejornalismo. 2ª ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

SAFFIOTI, H. I. B. **O poder do macho**. 11ª edição. São Paulo: Moderna, 2001.

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

SAWAIA, B. B. Psicologia e desigualdades sociais: uma reflexão sobre liberdade e transformação social. **Psicologia e Sociedade**, São Paulo, 21(3), p. 364-372.

SENA, M. F. G.; GOMES, N. S. Análise estilística do "sertanejo universitário". Revista **Philologus**, Rio de Janeiro, ano 19, n. 15, p. 216-224, 2013.

SOUZA, E.; BALDWIN, J. R.; ROSA, F. H. A construção social dos papéis sexuais femininos. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, 12(3), p. 485-496. 2000.

SOUZA, P. R.; PEREIRA MELO, J. J. **A influência da religião doméstica e do poder patriarcal na sociedade gentílica grega**, [S.l.]: [s.n.]

SOUZA, N. F.; RODRIGUES, M. L. A identidade da mulher no discurso de alguns estilos musicais. Web **revista discursividade estudos lingüísticos**. Nova Andradina, ed. nº 02, Dez. 2008. Disponível em < http://www.discursividade.cepad.net.br/> Acesso 22 ago. 2014.

TONET, I. **Educação, Cidadania e Emancipação Humana**. Ijuí: Unijuí, 2005.

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

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

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