Anais do Congresso Brasileiro de Iniciação Científica
(https://periodicos.unisanta.br/COB)

ISSN 2317-1316

O INCENTIVO À RIVALIDADE FEMININA NAS MÍDIAS SOCIAIS

THE ENCOURAGEMENT OF FEMALE RIVALRY ON SOCIAL MEDIA

Andressa Menezes Loureiro, Julia Quirino Fernandes, Guilherme Santos da Silva

ETEC Dra. Ruth Cardoso - Ensino médio com Itinerário Informativo em Linguagens e suas Tecnologias
E-mail para contato: andressam.loureiro2019@gmail.com

RESUMO – A rivalidade feminina é um constructo social incentivado pelo patriarcado para enfraquecer a união entre mulheres e manter estruturas de poder. Esse comportamento é estimulado desde a infância por comparações e reforçado pela mídia, por meio de músicas, novelas e conteúdos sensacionalistas que transformam conflitos em entretenimento. Para combater esse problema, é necessário desconstruir estereótipos desde cedo, incentivar o consumo crítico de mídia e apoiar iniciativas de empoderamento coletivo, como Fundo ELAS, Mulheres do Brasil e Movimento Mulher 360. Além disso, as redes sociais podem ser utilizadas para promover a sororidade, a equidade e a valorização feminina. Assim, é possível transformar a rivalidade em colaboração, fortalecendo a união entre mulheres e contribuindo para mudanças sociais.

Palavras-chave: Rivalidade, Mulheres, Social, Feminino.

ABSTRACT – Female rivalry is a social construct encouraged by patriarchy to weaken unity among women and maintain power structures. This behavior is fostered from childhood through comparisons and reinforced by the media through songs, soap operas, and sensationalist content that turns conflict into entertainment. To combat this issue, it is necessary to deconstruct stereotypes from an early age, encourage critical media consumption, and support collective empowerment initiatives such as Fundo ELAS, Mulheres do Brasil, and Movimento Mulher 360. Furthermore, social media can be used to promote sorority, equity, and the appreciation of women. In this way, it is possible to transform rivalry into collaboration, strengthening unity among women and contributing to social change.

Keywords: Rivalry, Women, Social, Feminine.

ISSN 2317-1316

1. INTRODUÇÃO

A rivalidade feminina é o resultado de uma lógica patriarcal que permeia nossa sociedade, em que os homens são o centro dela e se beneficiam da posição de poder que ocupam. Por mais que eles também entrem em lógicas de disputa inerentes, não se assemelha a realidade vivida pelas mulheres, onde elas são inseridas em um contexto competitivo, com o intuito de transformá-las em concorrentes em busca de um padrão de superioridade e beleza para agradar expectativas sociais que variam de acordo com sua cultura ou região em que se localizam, instigando-as a serem a mais graciosas, bonitas, notáveis ou inteligentes. Contudo, tais incentivos competitivos ocasionam em conflitos e sentimentos como: inveja, ciúme, sabotagem e estresse, gerando comportamentos exacerbados, exagerados e compulsivos que limita suas oportunidades individuais e desenvolvimento de relações sociais, devido a intensa pressão de ser melhor.

Na sociedade patriarcal as mulheres eram destinadas à obediência e procriação. Era de seu dever serem “boas” esposas, “boas” mães e pertencerem ao espaço doméstico, carregando a imagem da fragilidade física feminina, construindo-se a ideia de que sua natureza é inferior à dos homens. O que se entende por certo e errado se dá por conta deste construto social, onde desde seu princípio e em diversas culturas o feminino é considerado inferior, em determinados contextos, até mesmo invejosos, frases como “sempre que junta muita mulher, dá confusão” é um exemplo disso.

O objetivo geral é analisar em materiais digitais o incentivo à rivalidade feminina, relacionando um contexto histórico e social com a atualidade. Dentro do objetifico específico, buscar identificar como tais incentivos acontecem, realizar a verificação de materiais midiáticos, procurar entender o porquê e como esse comportamento se manifesta socialmente e criticar uma ideologia social imposta às mulheres.

Perante a isso, o problema concentra-se no modo como tal comportamento se manifesta socialmente, compreendendo a origem e causa dele, não seria a má compreensão e consciência deste assunto o que leva tantas mulheres a alimentarem ainda hoje essa ideologia de modo inconsciente? A forma como essa rivalidade se manifesta nas redes sociais, constantemente cancelando e regularizando a forma como determinadas mulheres se portam socialmente, uma vez que, essas mulheres foram doutrinadas a acreditar que a variedade de gostos deve ser

ISSN 2317-1316

julgada e diminuída, é a resposta "atualizada" de algo que já perdura a anos. Deste modo, fazer com que as mulheres entendam que são vítimas de uma ideologia machista, imposta por homens com intuito de se sobressair, poderia dar início a quebra deste estigma que as prejudica, tanto socialmente quanto de forma pessoal.

A hipótese central da pesquisa é que, o respeito ao próximo, sendo um elemento essencial para o convívio em sociedade, tem sido abalado por um estigma imposto, às vezes, de forma inconsciente, o que torna o problema mais grave, já que, se uma prática prejudicial é normalizada ou passa a ser não identificável, significa que vem acontecendo uma degradação nas relações interpessoais, possivelmente potencializada pelas mídias digitais, onde pode-se encontrar uma diversidade extensa de cultura, tal exposição pode causar desaprovação de pessoas que não conhecem ou estão desabituadas com aquilo que não diz respeitos aos seus gostos e costumes, uma vez que, não fomos ensinados a respeitar aquilo que não se assemelha a nós.

A relevância desta pesquisa se dá considerando que tal situação é o produto de uma construção histórica machista, que se transforma ao longo do tempo, mantendo-se presente de modo "sutil", onde as próprias vítimas a praticam sem saber que são prejudicadas, sendo isso o que torna tal pauta relevante, pois é preciso entender uma problemática para então ser possível identificá-la, dando uma opção de resolução ou não aos presentes nela afetados.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

À primeira vista, o termo rivalidade feminino é autoexplicativo, mas, uma vez que o analisamos, fica perceptível que se refere ao oposto de afeição. Carregando os frutos de uma ideologia consequente do machismo durante milhares de anos, onde se desperta uma necessidade de competitividade feminina em busca de um sentido social. Podemos analisar que essas tendências se estendem por todos os aspectos na vida da mulher, por exemplo, no ambiente trabalhista, conseguimos identificar um fenômeno multifacetado que envolve dinâmicas sociais complexas, incluindo fofocas, distantes perspectivas de grupos e a masculinização do ambiente profissional. A parte curiosa deste comportamento é o fato de ser praticado pelas próprias mulheres, mas ao mesmo tempo, existe algo muito masculino nisso.

ISSN 2317-1316

Afinal, a rivalidade feminina é uma estratégia e uma lógica que embasa todas as relações da nossa sociedade.

A rivalidade feminina e o patriarcado andam lado a lado, pois a ideia central da rivalidade feminina é que, mulheres são pessoas menos dignas. Por isso, você, mulher, deve menosprezar suas semelhantes, como um meio de se auto diferenciar e demonstrar aos homens que você, sim, é digna de valor, confiança, desejo e oportunidades. Perceba o modo como foi naturalizado que, para viver em um contexto de igualdade com o gênero oposto, você precisa ser rival do seu semelhante, comprovando que a lógica da rivalidade feminina gira em torno da aprovação dos homens e por isso pode ser considerada uma estratégia: porque ela se mantem no centro das relações e mantém a ordem patriarcal, beneficiando de forma única e exclusiva os homens, enquanto as mulheres continuam se afastando umas das outras, construindo vivências solitárias e minando sua autoestima com padrões de beleza inalcançáveis.

É de suma importância frisarmos que não somente as mulheres reproduzem a rivalidade feminina, apesar de serem as protagonistas desta situação, não são as únicas a replicar este tipo de pensamento. Deste modo, homens, de qualquer grupo social, também podem incentivar e reproduzir ideias carregadas dessa competição entre mulheres que, diariamente presenciamos discursos masculinos que inferiorizam e comparam as mesmas.

Em grupos masculinos, as mulheres são constantemente elencadas em uma ordem de melhor a pior de acordo com suas características físicas, um exemplo disso são as famigeradas listas de meninas mais bonitas da turma ou escola, assim como qualquer comparação entre mulheres feita por homens. Tudo isso são atitudes que reforçam o machismo e reproduzem a ideia de rivalidade feminina, atingindo diretamente a convivência feminina.

Entende-se que é importante citar a forma como essa rivalidade se caracteriza já que, algumas pessoas podem ter dificuldade em distinguir os aspectos dessa prática, por isso a orientação é crucial para evitar e eliminar as possibilidades de um julgamento equivocado, que pode ocasionar na reprodução dessa competição nociva entre mulheres. Dessa forma, esses são apenas alguns exemplos específicos muito frequentes em nosso cotidiano: comentários que julgam vivências e características de outra mulher, listas que elencam mulheres entre melhores e piores em qualquer quesito, comparação entre meninas da mesma família (a infância e a relação entre familiares formam as crianças e pode reforçar ideias de rivalidade entre as

ISSN 2317-1316

pequenas), elogios que mais comparam do que elogiam, situações que reforçam a ideia de que mulheres precisam disputar pela atenção e/ou afeto de alguém, especialmente um homem; e comentários e atitudes que em algum nível, prejudicam a mulher. A subjetividade da rivalidade feminina é algo intrínseco em nossa socialização, por isso diversos comportamentos podem conter pequenas doses dessa rivalidade sem nem mesmo percebermos. O que demonstra a relevância da observação do olhar de uma mulher sobre a outra.

Na atualidade, esta rivalidade vem encontrando espaço nas práticas midiáticas, se inserindo em novelas, redes sociais, músicas e quaisquer meios de comunicação disponíveis em nossa sociedade. Onde, por meio de narrativas, são elaboradas situações que incentivam ou insinuam que mulheres se coloquem umas contra as outras naturalmente. Conforme o crescimento da tecnologia, criação e popularização das redes sociais, acompanhamos um processo de globalização e choque de culturas. Ter tanta diversidade dentro de algumas plataformas digitais ocasionou em diversas discussões, situações de preconceito e a criação de intermináveis estereótipos que tentam “uniformizar” e “igualar” as pessoas, arrancando seus traços culturais, estilo de vida e até mesmo a forma como se enxergam individualmente. A maioria destes padrões diariamente impostos, estão sempre voltados, principalmente, ao público feminino, como se apenas as mulheres precisassem se reafirmar e moldar-se diante dos outros.

Com as inúmeras ideias de beleza e padrões impostos ao feminino nos meios de comunicação, a maioria das mulheres se sentem forçadas a segui-los, pois acreditam ser a única forma de serem validadas, porém, esses padrões vêm se alterando cada vez mais rápido, fazendo com que se tornar a imagem “perfeita” do feminino se torne cada vez mais difícil. Estar sempre tentando seguir essas tendências pode gerar um sentimento de insuficiência ou atraso constante, afetando a saúde mental e física de um indivíduo, já que esses padrões não ditam apenas o modo como uma pessoa se veste, mas também as formas que seu corpo deve ter, o estilo de vida que deve seguir e os hobbies dos quais deve gostar.

Principalmente nos meios digitais, todas e quaisquer mulheres que se recusarem a moldar-se diante de uma determinada tendência, tem seus direitos violados com a recepção de todos os tipos de agressão, ocasionando em diversas mulheres psicologicamente afetadas que sofrem de depressão severa, ansiedade ou que recorrem a inúmeras cirurgias de extremo risco para tentar

ISSN 2317-1316

alcançar um corpo feminino e bonito o suficiente. Tal censura as individualidades são tão radicais que moldam até mesmo o modo como uma mulher deve se portar e se mostrar para a sociedade. Por mais que não existam regras aparentes, sempre que uma pessoa de gênero feminino não defende falas machistas, autodepreciativas ou impõe autoestima e conforto com seu próprio modo de vida, sofre uma série com agressões que se estende além da internet.

Nas redes sociais, se torna cada vez mais comum comparar e rivalizar mulheres, pois os próprios internautas (pessoas que usam a internet regularmente, navegando e participando dos conteúdos online) estão sempre comparando influenciadoras, em busca de promover aquela que tem o "melhor" conteúdo, corpo e estilo. Também existe um incentivo e normalização constante da ocorrência brigas, fofocas e desentendimentos, de um modo que os conteúdos que mais geram engajamento e obtém melhores visualizações são aqueles onde mulheres estão umas contra as outras, na maioria das vezes, por motivos supérfluos. Temos várias provas disso devido a quantidade de matérias sensacionalistas disponíveis nas plataformas de notícias, contendo títulos como: "Polêmica com influenciadoras repercute nas redes sociais de outros países" (CNN Brasil) e "Briga entre influenciadoras teens expõe riscos de contas 'dix' entre adolescentes" (https://www.diariodolitoral.com.br/).

Analisando a indústria musical, é notável a objetificação e depreciação que a figura do ser e corpo feminino sofrem. Nos últimos anos, acompanhou-se uma grande popularização dos funks que tem como principal tema de suas letras, a objetificação e sexualização do corpo feminino ao extremo, chegando a romantizar constantemente a cultura da prostituição, o que demonstra o quanto nossa sociedade é sexista de tal modo que as mulheres são vistas como objeto de uso. Dentro dessas músicas, tendo uma imagem do feminino perfeito de acordo com a visão dos homens, visão essa que se baseia em mulheres que se objetificam para receber aprovação masculina.

Já em novelas, é perceptível a forma como os enredos tendem a focar em desavenças entre o gênero feminino, onde mulheres disputam por homens, dinheiro ou apenas para "superar" umas às outras, podemos verificar este tipo de conteúdo em obras como: Todas as flores (escrita por: João Emanuel Carneiro) e Beleza fatal (escrita por: Raphael Montes), pois as tramas mais assistidas são as que contém conteúdo deste viés. Sendo em sua maioria, escritas por homens.

ISSN 2317-1316

Desta forma, podemos notar as diversas maneiras nas quais está rivalidade esta inserta em nossa sociedade na atualidade. Sempre frisando a importância de questionar todo e qualquer tipo de conteúdo que consumimos, analisando os comportamentos apresentados e sua causa. Por mais que a princípio pareça um assunto inofensivo, ter esta ideia sendo reforçada em diversos meios de comunicação constantemente, pode torná-la uma realidade prejudicial a todos e quaisquer envolvidos na situação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro passo para cessar esse obstáculo social é desestimular a rivalidade na infância, sendo ela a fase mais importante na vida de um indivíduo, pois é quando ocorre a formação da estrutura física, cognitiva, emocional e social da criança, onde todas as suas experiências e estímulos recebidos resultam em um impacto duradouro na vida adulta. Dessa forma, a responsabilidade dos pais é de se atentarem e desestimularem esse tipo de comportamento pois, ainda hoje, alguns pais estimulam a competição entre filhos, familiares e colegas, “É com nossas irmãs e irmãos que conhecemos o ciúme: ele é natural na infância. Mas pode ficar fixado (pela vida inteira sem um manejo dos adultos. Essas situações podem ser dolorosas, traumáticas e, posteriormente, serem repetidas durante a vida.” Explica a psicanalista Lais Locatelli. Já para a cientista social Daniele Dionizio, trata-se de uma questão histórica e cultural enraizada por séculos. “apesar das produções midiáticas estarem deixando essas perspectivas de lado, as crianças seguem tendo contato com narrativas clássicas, que compuseram o imaginário de gerações anteriores.” Tal situação é ainda pior para meninas, pelo constantemente reforço da ideia de que elas têm de ser sempre “A mais estudiosa, inteligente, educada, talentosa, mais bonita e mais bem sucedida”.

Além do importante acompanhamento da infância, também existem alguns projetos sociais para mulheres, abordagem essa que surgiu, entre outros motivos, para dar mais voz ao público feminino e mostrar não só para elas, mas para a sociedade que são capazes de conquistar patamares maiores do que os diariamente impostos. Com o objetivo de mudar uma realidade onde as mulheres são inferiorizadas com salários e cargos menores, esses projetos estão especialmente voltados ao público feminino, oferecendo estímulos, oportunidades, e coragem para seguirem adiante. Ou seja, esses projetos visam abrir caminho para que essas mulheres

ISSN 2317-1316

consigam se posicionar como merecem em sociedade, além de quebrar estigmas preconceituosos.

Se pararmos para analisar o dia 8 de março (Dia Internacional da Mulher) percebemos que ele foi consagrado internacionalmente pela ONU (Organização das nações unidas) apenas em 1975. O que significa que temos apenas cinquenta anos de luta feminina por melhores direitos políticos, sociais e trabalhistas notada e reconhecida. Contudo ainda há muito o que conquistar. Por isso, serão citados alguns projetos sociais e seus objetivos, com o intuito de trazer maior visibilidade para os mesmos e ampliar essa causa tão importante.

Iniciaremos falando sobre o projeto "Fundo ELAS", uma ação social fundada no ano de 2000, um fundo de investimento que tem como objetivo de atuação a promoção e o fortalecimento do protagonismo e a liderança feminina. O fundo ELAS investem em mulheres com o apoio financeiro de doadores e empresas parceiras como o instituto AVON, o instituto Unibanco e outras. A atuação, além de nacional, se expande por redes latino-americanas e internacionais, permitindo atender meninas, jovens e mulheres de diferentes partes do mundo.

Outra ação interessante de ser citada é o projeto "Mulheres do Brasil" presidido pela empresária Luiza Helena Trajano (Magazine Luiza), o Mulheres do Brasil é um grupo suprapartidário (uma organização ou iniciativa que reúne pessoas de diferentes partidos políticos) que tem como objetivo gerar impacto social. Focado em conquistar e garantir direitos iguais ao público feminino em campos como saúde, educação, segurança e trabalho. Contando com mais de 25.500 participantes, o Mulheres do Brasil possui 18 comitês e 46 núcleos que estão espalhados não apenas nos nosso país, mas em diversas partes do mundo.

Por fim, temos o "Movimento Mulher 360", criado em 2011, uma iniciativa feita pelo Walmart (Empresa multinacional americana de varejo), este movimento visa contribuir para a melhoria da economia do feminino. Para isso. Seu foco é promover a equidade de gênero e o crescimento da participação das mulheres no meio corporativo. Se tornando uma associação sem fins lucrativos em 2015, o MM360 (Movimento Mulher 360) busca justamente engajar empresas para trabalharem seu público feminino e, gradativamente, expandir suas ações para as comunidades e cadeias de suprimento. Hoje o movimento tem como sócio fundadoras empresas como Natura, Unilever, Coca-Cola, Bombril, entre outras.

ISSN 2317-1316

Após entender brevemente sobre alguns projetos sociais, é importante pensarmos sobre o próximo passo, o que ainda pode ser feito para ajudar essas causas? Pensando na maneira como, ao longo da pesquisa, as redes sociais se mostraram um agente relevante para a propagação da rivalidade feminina, podemos utilizá-las para fazer o movimento contrário. Neste caso usamos as redes sociais e seu fácil acesso para divulgar essas ações sociais, compartilhando para que mais pessoas possam conhecer e fazendo doações e vaquinhas on-line para ajudar suas causas. Também é importante lembrarmos de filtrar os conteúdos que consumimos diariamente na internet, além de desenvolver um pensamento crítico, para que assim seja possível identificarmos estes conteúdos tendenciosos e prejudiciais, os cortando de nosso consumo diário.

4. CONCLUSÃO

Portanto, conclui-se que a superação da rivalidade feminina e a promoção da equidade de gênero exigem o enfrentamento de uma cultura competitiva enraizada na mídia, nas redes sociais e na educação infantil, sendo solucionadas por meio de uma atuação multifacetada que engloba a desconstrução comportamental desde a infância, o fortalecimento de projetos sociais de empoderamento, tais como o Fundo ELAS, o Mulheres do Brasil e o Movimento Mulher 360, e a apropriação consciente das plataformas digitais para a amplificação de vozes positivas. Agradecemos o apoio das iniciativas coletivas e organizações sociais dedicadas a esta causa, cujos esforços abrem caminho para investigações e ações futuras focadas na construção de um futuro mais justo e colaborativo.

5. DECLARAÇÃO DE USO DE IA

Não foram utilizadas ferramentas de IA no desenvolvimento desse artigo,

ISSN 2317-1316

6. REFERÊNCIAS

RICO, Gabriela Fernanda; ACCORSI, Fernanda Amorim; ROSSETTO, Graça Penha Nascimento; LUCENA, Tiago Franklin Rodrigues. Maria e as outras?: a desnaturalização da rivalidade feminina em narrativas híbridas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2020.

FAVILLI, Myrna Pia; TANIS, Bernardo; MELLO, Maria Celina Anhaia. A infância roubada: uma reflexão sobre a clínica contemporânea. Ide, São Paulo, v. 31, n. 46, 2008.

ABRAMO, Lais Wendel. A inserção da mulher no mercado de trabalho: uma força de trabalho secundária? 2007. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. DOI: 10.11606/T.8.2007.tde-23102007-141151.