Projeto “Papel da Mulher”: conceitos sobre feminismo, design e infográficos

Project "Role of Women": concepts about feminism, design and data visualization

HENRIQUES, Fernanda; Doutora; Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”,
ferdi@faac.unesp.br

NAKATSU, Danielle Naomi; Graduada; Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
daninaomi93@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta os conceitos utilizados na pesquisa intitulada “Papel da Mulher”, elaborada durante os anos de 2016 e 2017 cujo objetivo principal foi apresentar, de forma visual, dados quantitativos e qualitativos dos personagens femininos de filmes premiados na categoria de “Melhor Filme Dramático” pelo *Golden Globe Awards* (Globo de Ouro) de 1995 a 2015. O projeto teve como ponto de partida a investigação sobre a presença e a representação da mulher no cinema para, a partir dos dados obtidos, utilizar o design como ferramenta de informação e conscientização social. Como metodologia foram decupados 21 filmes levantando minuto a minuto a quantidade de tempo em cena das principais personagens femininas para, então, abordar desde questões físicas, a sociais e de roteiro. Ao final, foi elaborado um sistema interativo de visualização desses dados.

Palavras Chave: Infográfico; Feminismo; Cinema e Representação.

Abstract

This article presents the concepts used in the research entitled "Role of Women", elaborated during the years 2016 and 2017, whose main objective was to present, in a visual way, quantitative and qualitative data of the female characters of films awarded in the category of "Best Dramatic Film" By the Golden Globe Awards from 1995 to 2015. The project was based on research on the presence and representation of women in the cinema to use the data as a tool for information and social awareness. As a methodology, 21 films were removed by raising minute by minute the amount of time on the scene of the main female characters to then approach from physical, social and script questions. At the end, an interactive system of data visualization was developed..

Keywords: data visualization; feminism; movie and representation.

1. INTRODUÇÃO: o que o designer devolve à sociedade?

A contribuição direta do designer para a sociedade deve ser de importância prioritária na prática e no ensino do design uma vez que tal preocupação proporciona uma formação crítica aos profissionais e futuros designers. Nesse sentido, este projeto foi inspirado nos conceitos do manifesto *First Things First*¹, de Ken Garland, que versam sobre como as habilidades dos designers devem ser inseridas nos meios de comunicação em prol de uma maior consciência do mundo, da cultura, da educação e do comércio. Ainda que tal manifesto seja datado de 1964 (e, posteriormente, em 1999, tenha sido publicada uma nova versão assinada por mais de 33 personalidades da comunidade de design), mantém-se extremamente atual, indicando que a responsabilidade social por parte do designer apesar de ser ampla, é dispersada em tanto uso em propagandas, marketing e outras ações comerciais que perdem espaço para o debate das questões sociais.

Figura 1 - Manifesto “First Things First” publicado em 1964

Fonte: <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/> (2017)

Dessa forma, este trabalho se lança sobre temas em voga e de suma relevância pessoal: o movimento feminista. Especificamente foca-se na discussão da representatividade da mulher, sua

¹ Manifesto escrito por Ken Garland em 1963 e publicado em 1964 no jornal inglês *The Guardian* e endossado por mais outros 21 designers, estudantes e fotógrafos. Disponível em: <http://www.designishistory.com/images/publications/manifesto.jpg>. Acesso em: 17 jul. 2017.

presença e o modo como ela é apresentada como personagem em roteiros cinematográficos. Importante também justificar que o enfoque foi a partir do cinema por sua importância e alcance como mídia de massa para grandes públicos.

Consequentemente, as mídias de comunicação vêm retratado o feminismo e a imagem da mulher muitas vezes de modo deturpado. Como toda reivindicação de “minorias”, o movimento feminista ainda possui demasiada rejeição de uma grande parcela da sociedade – principalmente, dos segmentos mais conservadores pois, segundo Teles (1999)

Falar da mulher (...) é assumir a postura incômoda de se indignar com o fenômeno histórico em que metade da humanidade se viu milenarmente excluída nas diferentes sociedades, no decorrer dos tempos. É acreditar que essa condição, perpetuada em dimensão universal, deva ser transformada radicalmente. É solidarizar-se com todas as mulheres que desafiaram os poderes solidamente organizados, assumindo as duras consequências que esta atitude acarretou em cada época.

A partir da aquisição de dados sobre sua imagem difundida no cinema, o design de informação é utilizado neste projeto como ferramenta para explorar e difundir a auto-conscientização social da mulher cidadã, para que ela mesma possa se questionar se estas imagens refletem sua realidade. Deste modo, utiliza-se dados para proporcionar, por meio da informação, uma ruptura de preconceitos, principalmente sobre o movimento feminista e também como forma de “empoderar” usuários. Empoderamento, neologismo criado por Paulo Freire e tão utilizado na atualidade, é o ato ou efeito da promoção de conscientização e tomada de poder, dando o poder de decisão às pessoas ou grupos (FREITAS, 2017).

2. Discussão

2.1 Feminismo

Feminismo: movimento histórico tão discutido na multiplicidade das mídias atuais, e ainda tão cheio de pré-julgamentos e pré-concepções de todos. Por ainda sofrer com tantas determinações errôneas ou mal concebidas, este projeto objetiva trazer tal movimento à tona de modo a dar outro viés este grande público.

Neste estudo, deseja-se difundir o movimento feminista e sua relação com as mídias de comunicação, ressaltando a imagem da “mulher” que nos é apresentada no dia-a-dia, cujo impacto influencia a vida das mulheres, as quais mesmo inconscientemente, sofrem para seguir tais padrões da aclamada “mulher ideal”.

Denominado pela primeira vez em 1837 (ironicamente, por um homem), o feminismo abrangeu inúmeros objetivos e causas em sua história, desde o sufrágio das ativistas europeias, que lutavam por direitos de voto, trabalhistas e entre outros, às reivindicações específicas de cada nacionalidade, etnia ou até religião. Ativistas e acadêmicos dividem o movimento em três ondas, e encontramos-nos atualmente na terceira, cunhada por Rebecca Walker com início na década de 90.

Walker (1992) defende que a Terceira Onda feminista foi determinada para englobar discussões das mulheres não-brancas e também não-heterossexuais. A filósofa Judith Butler (2015, p. 18), uma das principais teóricas contemporâneas do feminismo descreve:

Por um lado, a representação funciona como termo operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos; por outro lado, a representação é a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre a categoria das mulheres. Para a teoria feminista, o desenvolvimento de uma linguagem capaz de representá-las completa ou adequadamente pareceu necessário, a fim de promover a visibilidade política das mulheres. Isso parecia obviamente importante, considerando a condição cultural difusa na qual a vida das mulheres era mal representada ou simplesmente não representada.

E é nesse engajamento que a discussão sobre representatividade se insere. O Observatório da Mulher (2012) realizou uma roda de conversas no Fórum Social Mundial 2009, na qual a relação da mulher representada na mídia foi definida de várias formas, como:

- Imagem Deturpada
- Produto
- Opressão
- Mercadoria
- Coisificação
- Exploração
- Estereótipo
- Objeto
- Consumo
- Violência
- Banalização
- Desigualdade

Segundo Andreucci e Teixeira (2011) na mídia americana – grande influência na mídia ocidental como um todo – a questão da representatividade é discrepante: enquanto o homem é geralmente representado em uma variedade de papéis importantes como dominantes, autoritários, ativos, profissionais, eficientes, racionais e fortes; a mulher desempenha papéis secundários como subordinadas, passivas, desinteressantes, marginais, sexuais, emocionais e domésticas em sua maioria. Consequentemente, os debates sobre a representação feminina vêm crescendo e essa “minoridade” (entre aspas pois, tratando-se apenas do gênero feminino, é longe de ser minoria: praticamente metade da população mundial, e maioria no Brasil) finalmente consegue mais espaço de voz e sua representação, relevância.

Conforme descrito por Funck e Widlholzer (2005) em suas discussões sobre mídia e gênero:

(...) se entende que o discurso mediático na sociedade contemporânea é também um lugar privilegiado de representação e, por outro lado, de contestações de práticas sociais naturalizadas.

Dessa forma, é colocada em pauta a força que os meios de comunicação possuem neste debate. O questionamento que fica é: esta mulher representada, seja em quaisquer mídias, reflete as mulheres reais?

2.2 Feminismo e Cinema

O cinema é estabelecido como uma das mais prósperas mídias dentro da indústria de entretenimento. A influência do cinema americano (em especial o *hollywoodiano*) no resto do mundo é gigantesca e em termos gerais, serve de referência para o público mundial.

O cinema, dentre outras mídias diversas, trabalha a imagem da mulher. Neste caso, se a imagem representada é uma imagem estereotipada, pode-se dizer que a construção social da mulher é baseada em critérios preestabelecidos socialmente e impõe uma imagem idealizada desta (LAURETIS, 1978). A partir da segunda onda feminista da década de 70, um grupo de realizadores e teóricos britânicos desenvolveram teorias feministas do cinema, iniciando uma nova linha de pesquisa voltada às questões da representação da mulher no cinema.

Uma das teorias é descrita por Smelik (2016), a qual relata os estereótipos impostos à mulher através da mídia, principalmente quando endereçada a uma audiência masculina, os quais a transformam em objeto e recalcam seu papel social, transformando-se em uma forma de opressão. Assim, ao mesmo tempo em que esta mídia procura justificar a repressão social feminina, ela projeta a imagem da “mulher ideal” (GUBERNIKOFF, 2009).

Laura Mulvey analisa o cinema clássico sob uma ótica da psicanálise, e observa como há uma escopofilia (desejo pelo olhar) neste, ao mesmo tempo integrando elementos de voyeurismo e narcisismo. Voyeurismo ao observar o ‘outro’ como objeto, e narcisismo através da identificação com o ‘outro’. Nesta leitura, não há dificuldade em concluir que as narrativas elaboradas fazem com que o espectador identifique-se majoritariamente com o personagem principal masculino (ativo e com poder, é o agente em que a ação se desenvolve).

Há três níveis no olhar cinemático (câmera, personagem e espectador) que objetificam a personagem feminina e a transforma em espetáculo. Essa identificação com a personagem masculina afeta o público como todo, em que mesmo as mulheres por vezes adotam o ponto de vista masculino, na qual Mulvey relaciona com uma perspectiva Freudiana falocêntrica (centrada na superioridade masculina).

Representada como o termo negativo da diferenciação sexual, fetiche e espetáculo ou imagem especular, de qualquer maneira obscenas, a mulher é constituída como o substrato da representação, o espelho suspenso para o homem. Mas, como indivíduo histórico, a mulher espectadora também é posicionada nos clássicos do cinema como espectadora-sujeito; ela é, então, duplamente confinada à mesma representação que a invoca diretamente, atrai seu desejo, evoca seu prazer, modela sua identificação e torna-a cúmplice da produção de seu próprio “estado de mulher” (LAURETIS, 1978, p. 15).

Há alguns ‘testes’ reconhecidos que referem-se a questões da presença feminina no cinema, e um destes é chamado de Teste de Bechdel. Este teste, nomeado em homenagem à cartunista Alison Bechdel que representou tal avaliação em um de seus quadrinhos, possui apenas 3 pontos dos quais o filme é questionado para considerá-lo aprovado ou não:

1. Deve ter pelo menos duas mulheres.
2. Elas conversam uma com a outra.
3. Sobre alguma coisa que não seja um homem.

Incrivelmente, uma grande quantidade de filmes populares e sucessos de bilheteria não passam no teste, apesar da simplicidade. Há um website (bechdeltest.com) com um banco de dados de 7171 filmes, dos quais 3037 (42.4%) destes não passam no teste. Convém mencionar que “passar” neste teste não impede do roteiro ser sexista e estereotipado, tampouco se há um caráter feminista nele, como citado por Wilson (2017). Entretanto, ainda tem a potência de ajudar a determinar uma presença feminina propriamente representada, mesmo que superficialmente.

Outros testes, inspirados no Bechdel, foram elaborados e comentados ao longo dos anos, como os testes: ‘Mako Mori’, ‘Lâmpada Sexy’, ‘Furiosa’. Dessa forma, a discussão sobre representatividade vem se ampliando.

Recentemente e felizmente, vem crescendo o número de personagens femininas que quebram os estereótipos construídos durante décadas pelo cinema hollywoodiano. Mad Max: Estrada da Fúria nos apresenta não apenas uma forte protagonista, mas um grupo de mulheres que unem-se em torno de liberdade e objetivos em comum. E não há também a típica definição das personagens em apenas uma característica (a “donzela em apuros”, a “femme fatale”, etc) como muito ocorre, as personagens de Mad Max são representadas com as complexidades que rodeiam pessoas reais. E Gizelli Sousa (2015) também ressalta outros aspectos sociais apresentados no filme:

(...)as mulheres neste futuro distópico também são encaradas como um recurso, uma mercadoria. Mas não são também neste nosso mundo atual? A distopia de alguns é a realidade outros, a escravidão sexual é uma realidade em nosso mundo, ela acontece diariamente em todos os lugares, obviamente de forma ilegal mas acontece. Está aí uma das raízes da força feminista do filme, revelar como a objetificação das mulheres está ligada à violência propagada contra elas.

Contudo, repercussões negativas também acompanham alguns destes casos. Foi o que aconteceu com o remake de Caça-Fantasmas, cujo filme originalmente era de protagonistas exclusivamente masculinos, enquanto o remake possui protagonistas mulheres (AFP, 2016)⁷. O primeiro trailer deste se tornou o vídeo mais criticado da história do YouTube até então, com 900.000 ‘dislikes’, ao mesmo tempo que o diretor e o elenco do filme receberam ameaças de morte e comentários misóginos nas redes sociais.

O filme “Star Wars - O Despertar da Força”, da tão popular saga de ficção científica, sofreu também com ameaças de boicotes por apresentar um protagonista negro e mulher, em uma campanha racista e machista anterior ao lançamento do filme, conforme relatado por Salgado (2015)⁸.

O Instituto Geena Davis (2015) realizou uma pesquisa em parceria com a UERJ (Universidade do Estado do RJ) sobre cinema e sociedade no Brasil. Tal estudo contou com um total de 2002 participantes, que baseou-se em três questões primárias: 1) o que brasileiros de origens e experiências diferentes pensam sobre a influência da mídia de entretenimento no dia-a-dia; 2) o que brasileiros pensam sobre a representação de gênero e racial na mídia brasileira; e 3) se a mídia de entretenimento deveria abordar problemas sociais.

Esta pesquisa apresentou resultados extremamente relevantes para este trabalho. Em todas as questões, as respostas variam entre a) Concordo; b) Neutro; e c) Discordo. Seguem alguns dos resultados obtidos:

1) TV brasileira e filmes possuem muita influência em como as pessoas pensam e agem?

75% Concordam | 9% Neutros | 16% Discordam

2) TV brasileira e filmes mostram muita nudez e sexo?

74% Concordam | 9% Neutros | 16% Discordam

3) TV brasileira e filmes mostram majoritariamente homens no poder?

69% Concordam | 13% Neutros | 24% Discordam

4) TV e filmes mostram mulheres hipersexualizadas?

73% Concordam | 8% Neutros | 19% Discordam

5) O padrão de beleza nos lmes e TV brasileira está longe da realidade das mulheres brasileiras?

63% Concordam | 11% Neutros | 27% Discordam

6) TV brasileira e filmes mostram majoritariamente mulheres em papéis tradicionais?

69% Concordam | 11% Neutros | 20% Discordam

7) O tratamento de violência doméstica em filmes e televisão pode reduzir sua prática na grande sociedade?

63% Concordam | 10% Neutros | 27% Discordam

8) TV brasileira e filmes deveriam incluir mais problemáticas sociais” ?

86% Concordam | 7% Neutros | 7% Discordam

Para todas as perguntas selecionadas, quanto maior o nível educacional, maior renda, e caso o entrevistado more na área urbana, maior a probabilidade deste concordar em suas respostas. Por exemplo, para a questão 1 ao lado, 81% dos entrevistados com ensino superior completo concordam que a TV e filmes possuem grande influência, comparado a 64% correspondentes que tiveram estudo até a 4ª série.

Por fim, este estudo foi de imensa importância para afirmar que a discussão da representação de gênero nas grandes mídias ainda é totalmente necessária.

2.3 Design, Feminismo e Cinema

O projeto “Papel da Mulher” foi união entre esses três pilares. Com objetivo de difundir o movimento feminista, em específico a importância da representatividade social, o design atua como mediador para traduzir informações inseridas na mídia cinematográfica, que por sua vez influencia demasiadamente na imagem da “mulher ideal”.

Nesta conjuntura, todos os dados adquiridos através de análises dessa “mulher ideal” poderiam ser apresentados em variadas configurações no âmbito visual, seja pelo uso de textos, fotos, vídeos, entre outros. Para definir o meio ideal, foi estudado o design de informação, na qual o designer age como condutor de informação (e não um artista), cujo trabalho é o de dar clareza e ordem na organização visual da informação (BRAGA, 2011).

Priorizando a capacidade de apresentar tais informações com diferentes camadas, nas quais o próprio usuário tem a possibilidade de escolha sobre quais elementos ele deseja observar no momento, foi escolhida a mídia da visualização de dados: habilitando representar e simplificar graficamente dados mais complexos para serem visualizados num conjunto, sem juízo de opinião aplicados dando ao público total controle sobre sua interpretação. E através de uma plataforma interativa online, tais dados podem ser visualizados por um grande público, interagindo dependendo do que o usuário deseja investigar.

Apresentando o feminismo com um nível de proximidade cultural maior de grande parte da população através do cinema, é esperado uma melhor identificação e abertura do público para este assunto. Deste modo, pretende-se demonstrar os dados colhidos em análises para este trabalho, atestando sobre como a mulher é representada dentro dos filmes como personagem, descrevendo como é caracterizada a partir de marcos sociais, físicos e de personalidade, além de observar sua importância no roteiro do filme e alguns outros aspectos das personagens.

Vale mencionar um estudo feito pelo Media, Diversity & Social Change Initiative da Universidade do Sul da Califórnia (SMITH; CHOUETI; PIEPER, 2015) analisou 700 filmes populares, e demonstra a desigualdade ainda presente nas produções.

Alguns dados relatados pela pesquisa:

- Dentre 779 diretores, apenas 28 eram mulheres;
- Dentre 1326 criadores de conteúdo em filmes de 2014, apenas 2 diretoras (1,9% do total de diretores); 33 roteiristas (11,2% do total de roteiristas); e 175 produtoras (18,9% do total de produtores) eram mulheres - ou seja, apenas 15,8% do total de profissionais por trás das câmeras
- Filmes com pelo menos uma roteirista mulher tiveram uma porcentagem significativamente maior de personagens femininas em cena (34,8%) do que em filmes com roteiristas exclusivamente masculinos (25,9%);
- Filmes com uma produtora feminina eram menos prováveis de apresentar personagens femininas em figurinos sexualmente reveladores (35,9% produtores homens vs 26,4% produtoras mulheres) e com nudez (33,3% produtores homens vs 25,1% produtoras mulheres).

Claro que há diversos fatores socioeconômicos e culturais, que alteram de região para região, aumentando as variáveis e tornando a questão da desigualdade na produção mais complexa. Porém é evidente sua influência direta na diferenças de representação entre os gêneros das personagens.

3. Desenvolvimento

3.1 Design Social

Observa-se com cuidado a necessidade de estabelecer uma área dentro do design cujo papel seja discutir a responsabilidade do profissional para com a sociedade uma vez que se pressupõe que tal preocupação deveria estar no cerne de todos os trabalhos de um designer. Contudo, o histórico industrial e comercial do design tornou necessária tal separação. As discussões em torno dessa área chamada de Design Social vem se ampliando, envolvendo não somente os propósitos de criação, mas englobando os processos e até mesmo o público destinado na execução: o design social cada vez mais vem sendo inserido no dia-a-dia da prática profissional e acadêmica dos designers.

Papanek (1985), pioneiro na discussão sobre a responsabilidade dos designers para com a sociedade, discute que numa época de produção em massa, onde tudo deve ser planejado e projetado, o design é um relevante instrumento capaz de gerar mudanças, permitindo que cada pessoa tenha o poder de configurar suas próprias ferramentas e seu meio-ambiente (e, por extensão, a sociedade e a si mesmo). Consequentemente, o famoso debate de forma versus função é colocado em destaque, bem como as variáveis decorrentes dessa premissa: comunicação, conhecimento, conforto, segurança, proteção etc. Nesse sentido, designers de diversas áreas vêm se manifestando em prol de transformações positivas e reais, desde produtos como abrigos temporários de baixo custo para refugiados, campanhas divertidas para minimizar lixo como bitucas de cigarro e chicletes, a folders que informam vendedores de rua sobre seus direitos traduzidos em várias línguas para um público multiétnico – todas propostas que buscam provocar mudanças. O design voltado para mudança social compreende uma ampla análise de problemas sociais, econômicos e ambientais assim como suas inerentes complexidades para desenvolver estratégias a serem praticadas para melhor resolvê-los. Nesse sentido, este projeto se desenvolve a fim de pôr em debate a representação da mulher, questionando paradigmas tão profundamente enraizados socialmente. A desigualdade sexual vem sendo abordada em vários meios, como citada por Andreucci e Teixeira (2011)

As atitudes em relação às desigualdades e discriminações entre homens e mulheres só sofrerão alteração quando se instaurarem mecanismos de sensibilização e conscientização social. Lembrando-se, todavia, de que a discriminação não é uma decorrência apenas das leis, mas dos condicionamentos psicoculturais advindos de mitos e crenças enraizados na estrutura da sociedade patriarcal em que vivemos, contra os quais homens e mulheres devem se insurgir.

3.2 Visualização de Dados

Relatórios globais, estatísticas detalhadas e similares possuem uma grande quantidade de dados, que para leigos no assunto abordado, ou para uma consulta rápida, podem parecer informações complicadas. Deste modo, Yau (2012) diz que uma das melhores formas para exploração e entendimento de um grande conjunto de informações é por meio da visualização, da conversão em dados em imagens, facilitando até a descoberta de histórias difíceis de serem reveladas apenas por meio de métodos estatísticos formais, e com uma velocidade muito maior.

Estatística é como contar histórias com dados. (...) Essas histórias podem ajudá-lo a

resolver problemas do mundo real, como a diminuição de crimes, melhorias no sistema de saúde e deslocamento de tráfego em autoestradas, ou pode simplesmente ajudá-lo a ficar mais informado. (p. XXIII)

Ainda que existam teóricos que separem as terminologias “visualizações de dados” e “infográficos” como conceitos diferentes, para este trabalho as entendemos como sinônimos, ou seja, uma área do design que utiliza os dados como matéria prima para a transmissão de uma mensagem. Traduzir os dados graficamente não deve significar, de modo algum, uma “simplificação” ou “manipulação” da informação uma vez que cabe ao próprio usuário interpretar e fazer as ligações entre os dados, de maneira mais aprofundada e eficaz, gerando descobertas próprias. Ao dar essa liberdade de interação com a informação, nenhum ponto de vista é forçado.

Segundo Tufte (2001), os infográficos são instrumentos de raciocínio para informação quantitativa, além de que, dentre todos os métodos para analisar e comunicar informações estatísticas, visualizações bem projetadas são geralmente os mais simples e ao mesmo tempo os mais eficazes meios de representação. Para ele, a excelência nas estatísticas gráficas deveriam seguir alguns parâmetros:

- Apresentar os dados
- Induzir o espectador a pensar mais sobre a substância do que a metodologia, o design gráfico, a tecnologia da produção gráfica, entre outros
- Evitar distorcer o que os dados têm a dizer
- Apresentar muitos números em um pequeno espaço
- Dar coerência a grandes conjuntos de dados
- Encorajar o olhar a comparar diferentes fragmentos de dados
- Revelar dados em diversos níveis de detalhes, por uma perspectiva ampla à estrutura fina
- Servir a um sensato e claro propósito: descrição, exploração, tabulação ou decoração
- Ser intimamente integrado às estatísticas e descrições verbais de um conjunto de dados

David McCandless, fundador do website “Information is Beautiful” e autor do livro de mesmo nome, usa da metalinguagem para descrever uma boa visualização de dados (figura 2). Para o designer, a presença destes quatro elementos (informação, história, objetivo e forma visual) são essenciais para uma visualização ideal.

Figura 2 - Diagrama sobre “O que faz uma boa visualização” por David McCandless.

What Makes a Good Visualization?

Fonte: <https://informationisbeautiful.net/> (2017)

Nota-se que não há receita para o formato em que serão apresentadas as informações, e sim há de existir o cuidado para estudar e desenvolver a melhor maneira para visualizar estes dados.

Moraes (2013) descreve sobre o papel do designer como decisivo nesse processo ao organizar informações e apresentá-las de forma a auxiliar o entendimento, trabalhando como um facilitador da ação social, ajudando a dar forma ao processo de comunicação assim como aos seus produtos. Potencializar a acessibilidade à informação pode dar conhecimento, oportunidades e empoderamento.

Pelo viés da temática do trabalho (feminismo) possuir um alto índice de rejeição pelo público, pois uma grande quantidade de pessoas entendem o movimento de forma negativa, foi pensado que esta abordagem do design seria a mais adequada para o público. A visualização dá a possibilidade para o usuário absorver as informações de forma mais dinâmica e natural. Afinal, este é apenas outro meio de contar histórias. Um processo de comunicação amparado pelo poder da imagem.

Lembre-se, os dados são, simplesmente, uma representação da vida real. Quando os visualiza, você vê o que está acontecendo ao seu redor e do mundo. Você pode ver o que está acontecendo em uma escala microscópica com indivíduos ou em uma muito mais ampla, abrangendo o universo. (MORAES, 2013, p. 342)

E no fim, o público que decidirá se tal mensagem possui valor ou não.

Claro que há diversos fatores socioeconômicos e culturais, que alteram de região para região, aumentando as variáveis e tornando a questão da desigualdade na produção mais complexa. Porém é evidente sua influência direta na diferenças de representação entre os

gêneros das personagens.

3.3 Pesquisa das Personagens

Para estudo dos estereótipos criados pela mídia, o Projeto “Papel da Mulher” analisou filmes vencedores do *Golden Globe Awards* (Globo de Ouro), em específico na categoria de “Melhor Filme Dramático” de 1995 a 2015. A escolha pela premiação norte-americana envolveu as seguintes considerações: a) apesar de tratar-se majoritariamente de produções hollywoodianas (com todas as problemáticas dentro desta indústria), era necessário determinar filmes de influência em grande escala para o público geral; e b) o Globo de Ouro é premiado por uma associação de jornalistas internacional, deste modo cada membro contribui com sua visão, tornando o prêmio culturalmente um pouco mais global (BAHIANA, 2013). A pesquisa realizada procurou analisar, de forma qualitativa e quantitativamente, as personagens mulheres que possuíam maior tempo em cena. Foram abordadas desde questões físicas, às sociais e de roteiro, com base na adaptação da pesquisa de Bona e Bonazza (2012), todas analisadas e aprovadas pela antropóloga Larissa Pelúcio. Foi determinado por não incluir categorias relacionadas a ‘beleza’ e corpo feminino, por julgar-se uma discussão ampla que necessitaria de uma imersão a parte para tratar de padrões de beleza, historicamente impostos socialmente às mulheres. Com exceção de status de relacionamento, em que foi escolhido em como a personagem encontra-se no final do filme, todas as características determinadas são as que se apresentam predominantes, ou seja, se a personagem possui diferentes idades (pela passagem de tempo ou flashbacks), a idade determinada é a que mais aparece no longa-metragem. Uma curiosidade ao pesquisar sobre a direção: dos 21 filmes analisados, apenas um teve uma co-direção (nem sequer direção completa) de uma mulher (*Slumdog Millionaire* de 2008), sendo Loveleen Tandan tal co-diretora.

O “tempo em cena” (quadro 1) foi decupado do modo a ser o mais exato possível, porém passível a imprecisão pelo fato de ter sido um trabalho manual. Somou-se os minutos e segundos que cada personagem apresenta-se em cena, seja de modo ativo ou passivo em tais períodos. Vários dos resultados não possuem precisão matemática, como citado na questão de ‘tempo em cena’, mas aproximações dentro do que todas as informações (visuais e de roteiro) que os filmes podem oferecer.

Quadro 1 – Tempo em Cena

Filmes	Ano	Personagem	Tempo em Cena	Tempo Total do Filme
Boyhood	2014	Samantha Evans	55min 32s	165min
12 Years a Slave	2013	Patsey	23min 15s	134min
Argo	2012	Kathy Stafford	19min 58s	120min
The Descendants	2011	Alexandra King	47min 43s	115min
The Social Network	2010	Marylin Delpy	15min 5s	120min

Avatar	2009	Neytiri Te Tskaha Mo'at'ite	66min 23s	162min
Slumdog Millionaire	2008	Latika	29min 23s	120min
Atonement	2007	Briony Tallis	55min 38s	123min
Babel	2006	Chieko Wataya	35min 25s	143min
Brokeback Mountain	2005	Alma Beers	16min 54s	134min
The Aviator	2004	Katharine Hepburn	33min 54s	170min
Lord of the Rings - Return of the King	2003	Éowyn	16min53s	212min
The Hours	2002	Clarissa Vaughan	41min 50s	114min
A Beautiful Mind	2001	Alicia Nash	48min 53s	135min
Gladiator	2000	Lucilla	39min 15s	155min
American Beauty	1999	Jane Burnham	39min 51s	122min
Saving Private Ryan	1998	"Sra. Ryan"*	5min 33s	169min
Titanic	1997	Rose DeWitt Bukater	103min 41s	194min
The English Patient	1996	Katharine Clifton	55min 38s	162min
Sense and Sensibility	1995	Elinor Dashwood	97min 15s	136min
Forrest Gump	1994	Jenny Gump	35min 33s	142min
Slumdog Millionaire	2008	Latika	29min 23s	120min

Fonte: das autoras (2017)

As categorias de personalidade estão a seguir:

1) Função de roteiro - função que desempenham na narrativa, que podem ser: a) Protagonista - personagem principal em torno do qual se constrói toda a trama; ou b) Coadjuvante ou personagem secundária - personagem que exerce outra função na história, podendo ser ou não relacionada com a história principal.

2) Evolução - como as personagens são desenvolvidas na trama, que podem ser: a) Planas ou Estacionárias – personagens estáticas, sem profundidade psicológica e definidas em poucas palavras, por um elemento característico básico, que as acompanha durante toda a história; ou b) Esféricas ou Evolutivas – são personagens complexas de nidas por vários traços diferentes, com

comportamentos imprevisíveis, enigmáticos, que vão sendo de nidos no decorrer da narrativa, ora possuem virtudes, ora defeitos - expressam a verdadeira natureza humana.

3) Intelecto: Em geral, definido o nível intelectual apresentado pela personagem, podendo estar relacionada com escolaridade (1o, 2o ou 3o grau) ou não.

4) Orientação sexual.

5) Classe social

6) Possui filhos?

7) Trabalha?

8) Mora com alguém?

9) Status de relacionamento

10) Relação com o protagonista masculino

11) Relação com a trama

12) É uma personagem baseada em fatos reais?

13) A atriz venceu o Globo de Ouro de atriz principal ou coadjuvante?

14) A atriz venceu o Oscar pela mesma interpretação?

15) O ator principal do mesmo filme ganhou oscar e/ou globo de ouro

16) Passa no teste de Bechdel?

Figura 3 – Análise dos 21 personagens: Função de Roteiro, Evolução, Idade, Raça, Orientação Sexual e Intelecto

FUNÇÃO DE ROTEIRO				
PROTAGONISTA	COADJUVANTE	ANTAGONISTA		
5	16	0		

EVOLUÇÃO	
PLANA	ESFÉRICA
5	16

IDADE				
ATÉ 20 ANOS	20 A 30 ANOS	31 A 40 ANOS	41 A 50 ANOS	MAIS DE 50 ANOS
7	10	3	0	1

RAÇA				
AMARELA	BRANCA	PARDA	PRETA	OUTRA
1	17	0	1	2

ORIENTAÇÃO SEXUAL				
HETEROSSEXUAL	HOMOSSEXUAL	BISSEXUAL	ASSEXUAL	NÃO FICA CLARO
17	0	1	0	3

INTELECTO			
ACIMA DA MÉDIA	MÉDIA	ABAIXO DA MÉDIA	NÃO FICA CLARO
14	4	2	1

Fonte: das autoras (2017)

Figura 4 – Análise dos 21 personagens: Classe Social, Filhos, Trabalho, Moradia e Relacionamento

CLASSE SOCIAL				
ALTA E MÉDIA ALTA	MÉDIA	MÉDIA BAIXA	BAIXA	NÃO FICA CLARO
12	2	3	2	2

POSSUI FILHOS			
SIM	NÃO	GRÁVIDA	NÃO FICA CLARO
8	12	0	1

TRABALHA		
SIM	NÃO	NÃO FICA CLARO
11	6	4

MORA COM				
AMIGOS	FAMÍLIA	COMPANHEIRO(A)	SOZINHA	NÃO FICA CLARO
3	12	4	0	2

STATUS DE RELACIONAMENTO				
SOLTEIRA	NAMORANDO/ ALGUM RELACIONAMENTO	CASADA	VIÚVA	NÃO FICA CLARO
3	8	7	2	1

RELAÇÃO COM O PROTAGONISTA MASCULINO				
PARENTE	AMIGA	NAMORADA/ NOIVA/ESPOSA	RIVAL	NENHUMA RELAÇÃO
3	5	9	0	4

Fonte: das autoras (2017)

Figura 5 – Análise dos 21 personagens: Relação com a Trama, Baseada em Fatos Reais, Premiações e Teste de Bechdel

RELAÇÃO COM A TRAMA		
INFLUENCIOU DIRETAMENTE	INFLUENCIOU INDIRETAMENTE	NÃO TEVE INFLUÊNCIA
16	2	3

É UMA PERSONAGEM BASEADA EM FATOS REAIS	
SIM	NÃO
5	16

A ATRIZ VENCEU O GLOBO DE OURO DE ATRIZ PRINCIPAL OU COADJUVANTE	
SIM	NÃO
1	20

A ATRIZ VENCEU O OSCAR PELA MESMA INTERPRETAÇÃO	
SIM	NÃO
2	19

O ATOR PRINCIPAL DO MESMO FILME GANHOU OSCAR E/OU GLOBO DE OURO	
SIM	NÃO
5	16

PASSA NO TESTE DE BECHDEL	
SIM	NÃO
11	10

Fonte: das autoras (2017)

4. Apontamentos Finais

Informação é poder. A UNESCO (2014) define que acessibilidade à informação e conhecimento permite o desenvolvimento social, abrindo possibilidades para escolhas melhores além de ampliar o compartilhamento de riquezas com aqueles ao seu redor.

O projeto “Papel da Mulher” aponta a possibilidade do designer desenvolver projetos que unam diferentes áreas, seja ela cinema, questões sociais, sistemas da informação, gráficos e imagens. Por meio de infográficos interativos, foi possível ampliar a informação e entendimento de questões de relevância social, a imagem feminina divulgada em mídias de massa.

Extremamente controverso, os meios de comunicação ao mesmo tempo que facilitam o exercício da alteridade, da aproximação com o outro, também são capazes de reforçar o individualismo, as indiferenças e as posturas de egocentrismos, podendo gerar a alienação social e política (FERREIRA, 1997, p. 91). Tal controvérsia ocorre porque a teoria não se aplica para todos os meios de comunicação, tampouco em todas as localidades, uma vez que existem países que se organizam por meio de estados totalitários, com restrições à liberdade de informação. Além disso, também temos sociedades voltadas para o capitalismo onde grandes empresas e interesses de consumo dominam as mídias. Não há dúvidas de que “filtros” de conhecimento afetam a população como um todo, como já foi descrito em distopias clássicas como 1984 ou Fahrenheit 451, ou como ocorre em alguns países ainda hoje. Afinal, “quanto mais totalitárias e repressivas são as sociedades, mais restrito é o acesso à informação e ao conhecimento e aos direitos de expressão e opinião” (UNESCO, 2014, pág. v). Contudo, na grande maioria dos países cujo acesso à internet e a fontes alternativas de comunicação é livre, o excesso de dados também nos ofusca. É o poder de olhar tudo, mas ao mesmo tempo ver pouco: a famosa cegueira branca da alienação de José Saramago. O volume de notícias, relatos, levantamentos, entre tantos outros meios de divulgação disponível a nós é estonteante, e é neste ponto que o design possui meios de melhorar ou resolver problemas. Como comentado na palestra “The beauty of data visualization” (A beleza da visualização de dados) por McCandless (2010)

Design de informação é resolver problemas da informação. E parece que nós temos um monte de problemas da informação na nossa sociedade atualmente, desde o excesso e da saturação até a queda da confiança, ceticismo fugitivo e falta de transparência ou até mesmo falta de interesse.

Deste modo, essa área do design estuda os melhores meios para representar dados graficamente, de modo a ser o mais claro e inteligível possível ao público destinado. Segundo Moraes (2013), essa é a arte de tornar claro aquilo que é complexo e talvez não exista nada mais urgente no atual momento histórico, já que a facilitação por meio do design resultou na inclusão das pessoas em variados campos de discussão, ao oferecê-las o mais valioso subsídio para participarem: informação.

O projeto ainda está em protótipo, no entanto pode ser observado no site: <https://marvelapp.com/267e58f>.

Figura 6 – Diagrama da visualização de dados de cada personagem.

Fonte: das autoras (2017)

5. Referências

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **TED TALKS - We should all be feminists**. Disponível em: <www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_we_should_all_be_feminists?language=pt-br> Acesso em: 15 mai. 2015.

AFP. **‘As caça-fantasmas’ é alvo de ataque machista ‘assustador’, diz diretor**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2016/06/caca-fantasmas-diretor-diz-ser-alvo-de-ataque-machista-assustador.html>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan; TEIXEIRA, Carla Noura. **Informação e educação para a cidadania: forças motrizes no empoderamento da mulher e concretização da igualdade de gênero no Brasil**. Disponível em: <editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rmd/article/view/4743>. Acesso em: 30 jun. 2016.

BAHIANA, Ana Maria. **Por que os Globos de Ouro são importantes. (E os Oscars também.)**. Disponível em: <<https://anamariabahiana.blogosfera.uol.com.br/2013/01/17/por-que-os-globos-de-ouro-sao-importantes-e-os-oscars-tambem/>> Acesso em: 11 jul. 2016.

CARDOSO, Tatiana Cristina; FREITAS JUNIOR, Edson Ferreira de. **Cinema Hollywoodiano: A imagem da mulher sob o olhar da lente masculina**. Disponível em:

<<http://www.congressohistoriajatai.org/anais2011/link%2079.pdf>> Acesso em: 12 out. 2015.

ARMSTRONG, Helen. **Teoria do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

BIELBY, Denise D. ***Gender inequality in culture industries: Women and men writers in film and television***. Elsevier Masson SAS, 2009.

BONA, Rafael Jose; BONAZZA, Nadine. E o Oscar de Melhor Atriz Coadjuvante vai para... a Publicidade e Propaganda? Um estudo das características das vencedoras do prêmio no Oscar de 2001 a 2011. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 13., 2012, Chapecó. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Chapecó, 2012.

BRAGA, Marcos da Costa. **O Papel Social do Design Gráfico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

FALUDI, Susan. **Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FERREIRA, A. **Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição brasileira**. São Paulo: Celso Bastos, Instituto Brasileiro de Direito Constitucional, 1997.

FREITAS, Ana. **A origem do conceito de empoderamento, a palavra da vez**. Disponível em: <www.nexojornal.com.br/expresso/2016/10/06/A-origem-do-conceito-de-empoderamento-a-palavra-da-vez>. Acesso em: 24 mai. 2017.

FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

GEENA DAVIS INSTITUTE. ***Cinema and Society: Investigation on the Impact of Gender Representation in Brazilian Films***. Disponível em: <<https://seejane.org/wp-content/uploads/cinema-and-society-investigation-of-the-impact-on-gender-representation-in-brazilian-films.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2016 GUBERNIKOFF, Giselle. **A imagem: representação da mulher no cinema**. Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, v. 8, n. 15, jan./jun. 2009

JACOBSON, Robert. **Information Design**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

JANOTTI JR., Jeder. **Entretenimento, produtos midiáticos e fruição estética**. XVIII Encontro da Compós, Belo Horizonte, 2009.

KROLOKKE, Charlotte; SORENSEN, Anne Scott. *Three Waves of Feminism: From Suffragettes to Grrls*. In: ***Gender communication theories and analyses: from silence to performance***. Thousand Oaks: Sage Publications, 2006.

LANGER, Johnni. **Metodologia para análise de estereótipos em filmes históricos**. São Paulo: Revista História Hoje, 2004.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Management information systems: new approaches to organization & technology**. 5 th ed. New Jersey: Prentice Hall, 1998.

LAURETIS, Tereza de. ***Alice Doesn't: feminism, semiotics, cinema***. London: The Mainillan Press, 1978.

LUPTON, Ellen. **Graphic Design Thinking**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

MCCANDLESS, David. **The Visual Miscellaneum**. New York: Harper Design, 2012.

_____. **TED TALKS - The beauty of data visualization**. Disponível em:
<www.ted.com/talks/david_mccandless_the_beauty_of_data_visualization?language=en> Acesso em: 6 mai. 2016.

MALUF, Sônia Weidner; MELLO, Cecília Antakly de; PEDRO, Vanessa. **Políticas do olhar: feminismo e cinema em Laura Mulvey**. Florianópolis: Estudos Feministas, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MEGGS, Philip B. **Type & Image: The Language of Graphic Design**. Van Nostrand Reinhold, New York, 1992.

MORAES, Ary. **Infografia: História e Projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.

OBSERVATÓRIO DA MULHER. **Mulher, mídia e controle social**. Disponível em:
<observatoriodamulher.org.br>. Acesso em: 15 mar. 2016.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Trabalho e família: rumo a novas formas de conciliação com co-responsabilidade social**. Brasília: OIT, 2009

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change**. London: Thames & Hudson, 1985.

RIBEIRO, Daniel Melo. **Visualização de dados na Internet**. Disponível em:
<http://www.danielmelo.net/wp-content/uploads/2009/03/dissertacao_final.pdf> Acesso em: 2 abr. 2016.

ROSLING, Hans. **TED TALKS - Let my dataset change your mindset**. Disponível em:
<https://www.ted.com/talks/hans_rosling_at_state> Acesso em: 7 mai. 2016.

SALGADO, Lucas. **Star Wars - O Despertar da Força sofre ameaça de boicote por ter mulher e negro como protagonistas**. Disponível em:
<<http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116719/>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

SHAE, Andrew. **Designing for Social Change**. New York: Princeton Architectural Press, 2012.

SMELIK, Anneke. **Feminist Film Theory**. Disponível em:
<www.annekesmelik.nl/TheCinemaBook.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SMITH, Dr. Stacy L; CHOUETI, Marc; PIEPER, Dr. Katherine. **Inequality in 700 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race & LGBT Status from 2007 to 2014**. Los Angeles: [s.n.], 2015. Disponível em:
<<http://annenbergh.usc.edu/pages/~media/MDSCI/Inequality%20in%20700%20Popular%20Films%208215%20Final%20for%20Posting.ashx>>. Acesso em: 16 set. 2016.

SOUSA, Gizelli. **Mad Max: Estrada da Fúria (Feminista)**. Disponível em:
<<http://maioridigressao.blogspot.com.br/2015/05/mad-max-estrada-da-furia-feminista.html>>. Acesso em: 03 dez. 2015.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

TUFTE, Edward Rolf. ***The Visual Display of Quantitative Information***. Connecticut: Graphic Press LLC, 2001.

UNESCO. **Relatório Global UNESCO: abrindo novos caminhos para o empoderamento TIC no acesso à informação e ao conhecimento para as pessoas com deficiência**. São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014.

UNWIN, Antony; THEUS, Martin, HOFMANN, Heike. ***Graphics of Large Datasets***. New York: Springer, 2006.

WALKER, Rebecca. ***Becoming the Third Wave***. Disponível em:
<www.msmagazine.com/spring2002/BecomingThirdWaveRebeccaWalker.pdf> Acesso em: 22 jun. 2017.

WILSON, Sarah. ***Bechdel Rule still applies to portrayal of women in films***. Disponível em:
<www.oudaily.com/l_and_a/arts_and_entertainment/column-bechdel-rule-still-applies-to-portrayal-of-women-in/article>

YAU, Nathan. **Vizualize Isto: O Guia do FlowingData para Design, Visualização e Estatística**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

_d3dc6a7d-8fcb-589c-885a-649fe33db5e1.html>. Acesso em: 11 abr. 2017.