

RESSIGNIFICANDO AS MASCULINIDADES EM GRUPOS REFLEXIVOS: MARKETING DE CAUSA E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO GRUPO MEMOH

Autora: Maria Aparecida Ladeira da Cunha

Orientador: Prof. Dr. Jorge Miklos

A despeito do machismo estrutural que ainda é determinante na sociedade, há uma potência de resignificação das masculinidades em homens que buscam novos modos de ser. É nesse cenário que vem surgindo e se multiplicando os grupos reflexivos, também chamados de coletivos reflexivos de gênero, que são propostas de intervenção direcionadas a homens autores de violência contra mulheres. Eles têm, em geral, papel educativo, reflexivo e preventivo, com a finalidade de estimular o compartilhar das experiências e, por consequência, conseguir libertar as masculinidades possíveis das inúmeras narrativas que os mantêm afastados dos próprios sentimentos.

A constatação dessa experiência comum, transformando o individual em coletivo, permite o reconhecimento da dimensão política da vida particular, e é a partir disso que se concretiza a possibilidade de transformação.

O presente trabalho tem como propósito analisar e identificar a produção de sentido e as práticas comunicacionais de grupos reflexivos. Como corpus de análise, foi escolhido o Grupo Reflexivo MEMOH, por se tratar de um grupo que se articula no ciberespaço e busca desconstruir o machismo e resignificar as masculinidades em diversos ambientes, incluindo o corporativo.

A pesquisa é de base fenomenológica e a metodologia é análise de conteúdo por meio de observação e coleta de dados na internet. Pretende-se analisar as narrativas midiáticas presentes nos meios de comunicação digitais como ferramentas para a construção das novas masculinidades.