



**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS**  
**FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS**

**ANDRESSA APARECIDA PEREIRA**

**A IMPRENSA E A MULHER: UMA ANÁLISE SOCIAL**

**FERNANDÓPOLIS**

**2017**

**ANDRESSA APARECIDA PEREIRA**

**A IMPRESA E A MULHER: UMA ANÁLISE SOCIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de serviço Social, da Fundação Educacional de Fernandópolis, como requisito parcial para a obtenção de diploma reconhecido, sob orientação da Prof<sup>a</sup> Ms. Eliane Amicucci.

**FERNANDÓPOLIS**

**2017**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS  
FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS

Pereira, Andressa Aparecida

A Imprensa e a Mulher: uma análise social. Andressa Aparecida Pereira, Macedônia, 2017; orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ms. Eliane Amicucci. Fernandópolis, 2017. (p. 62)

Monografia (Conclusão de Curso - Graduação em Serviço Social. Área de Concentração: Ciências Sociais) - Faculdades Integradas de Fernandópolis.

1. Imprensa. 2. Direitos da Mulher. 3. Serviço Social. 4. Redes Digitais, 5. Sociedade

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**ANDRESSA APARECIDA PEREIRA**

A Imprensa e a Mulher: uma análise social

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado às faculdades Integradas de Fernandópolis, Fundação Educacional de Fernandópolis, como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Serviço Social.

Examinadores:

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2017

---

Profª. Mestra: Lenina Vernucci da Silva  
Instituição: Faculdades Integradas de Fernandópolis  
Curso: Serviço Social

---

Profª. Mestre: Fabíola Regina Falcoski  
Instituição: Faculdades Integradas de Fernandópolis  
Curso: Serviço Social

---

Profª. Mestre: Eliane Amicucci  
Instituição: Faculdades Integradas de Fernandópolis  
Curso: Serviço Social

Profª. Ms. Eliane Amicucci  
Presidente da Banca Examinadora

## **DEDICATÓRIA**

*Dedico o encerramento desta etapa primeiramente à Deus e à minha mãe Marta que me proporcionou meus grandes e fundamentais inícios. A eles, meu amor eterno.*

*“Maravilhosas são as tuas obras, e a minha alma sabe muito bem.” - Salmos 139:14*

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradecer deveria ser disciplina obrigatória da vida, assim como este trabalho. E, como trabalho, entendemos a união de uma família. Agradeço à minha família pelo apoio dado em cada etapa desta fase tão intensa e divisora de águas em minha vida. Nestes últimos quatro anos, tive a dádiva de ser mãe e entender um pouco mais da felicidade de ser família. Descobri que sem família o caminho é mais turbulento.*

*E, ainda, descobri que podemos enxergar família em nossos professores que são capazes de nos ensinar, com o mesmo empenho, o caminho das pedras profissionais. Se hoje detenho o poder de um diploma, foi por meio da dedicação deles que acreditaram nisso. Gratidão.*

## **EPÍGRAFE**

*“Se há o direito ao grito, então eu grito.”*

Clarice Lispector

## RESUMO

PEREIRA, A. A., **A Imprensa e a Mulher: uma análise social**, Monografia (Graduação em Serviço Social) - Faculdades Integradas de Fernandópolis, Fundação Educacional de Fernandópolis, Fernandópolis-SP, 2017.

Este trabalho apresenta uma análise sobre o comportamento da imprensa acerca da temática mulher e seus desdobramentos num contexto social. Nossa contemporaneidade nos traz um cenário feminino empoderador e revolucionário. O objetivo deste trabalho de conclusão é explanar sobre os antecedentes da imprensa e sua forte atuação para o declínio e, também, a ascensão do feminismo no Brasil, inclusive a abordagem por meio das mídias sociais atuantes, além de propiciar ao leitor uma análise social e questionadora sobre o cenário atual. O trabalho justifica-se como uma reflexão contemporânea sobre as tratativas da imprensa para com a mulher e o potencial da mesma para desmistificar o conceito social da mulher.

**Palavras-chave:** Feminismo; Empoderamento; Imprensa; Redes Sociais; Serviço Social.

## **ABSTRACT**

PEREIRA, A. A., **The Press and the Woman: a social analysis**, Monography (Graduation in Social Work) - Integrated Faculties of Fernandópolis, Educational Foundation of Fernandópolis, Fernandópolis-SP, 2017.

This paper presents an analysis of the behavior of the press about the theme of women and its unfolding in a social context. Our contemporaneity brings us an empowering and revolutionary feminine scene. The objective of this work of conclusion is to explain the history of the press and its strong performance for the decline and also the rise of feminism in Brazil, including the approach through active social media, besides providing the reader with a social and questioning about the current scenario. The work is justified as a contemporary reflection on the press's dealings with women and the potential of the same to demystify the social concept of women.

**Keywords:** Feminism; Empowerment; Press; Social networks; Social service.

## **LISTA DE SIGLAS**

AI-5 – Ato Institucional Número Cinco

CNV – Comissão Nacional da Verdade

CREMERJ – Conselho de Medicina do Rio de Janeiro

DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas

HIV - Human Immunodeficiency Virus

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPU – Inter-Parliamentary Union

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

Pnad – Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio

SBT – Sistema Brasileiro de Televisão

SPM – Secretaria de Políticas Públicas para Mulheres

TV – Televisão

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

WEF – Fórum Econômico Mundial

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1 A MULHER E A SOCIEDADE</b> .....	15
1.1 Movimentos feministas .....	17
1.1.1 Primeira Onda .....	18
1.1.2 Segunda Onda .....	19
1.1.3 Terceira Onda .....	21
1.2 Mulher e equidade .....	22
<b>2 IMPRENSA E SOCIEDADE</b> .....	33
2.1 Ciberespaço .....	35
2.2 A imprensa e censura .....	37
2.3 Imprensa e gênero feminino .....	41
<b>3 A MULHER NA ABORDAGEM MUDIÁTICA</b> .....	44
3.1 Imprensa e a violência contra a mulher .....	49
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	56
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	59

## INTRODUÇÃO

Se a imprensa e a mulher tem algo inquestionável e em comum entre ambas é a sede de liberdade. E esta sede de liberdade mostra, ao longo da História, seus atos transgressores, questionadores e recheados de força e criatividade. Se a liberdade de imprensa é imprescindível para todas as camadas da população, a liberdade feminina vem emergindo das camadas e ganhando as manchetes dos jornais.

No Artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) diz que “todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” e, em seu Artigo 1º, a regra é clara: “Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotadas de razão e consciência e devem agir em relação umas às outras com espírito de fraternidade”.

Partindo deste princípio, este estudo aborda os contrapontos existentes entre a liberdade de imprensa e a liberdade da mulher, ambos tão questionados e tão instigantes quanto ao comprometimento com o direito de outrem. A Ditadura Militar Brasileira é o cenário mais emblemático para exemplificar as duas forças em questão.

Uma das primeiras consequências do golpe militar de 1964 foi o sufocamento da imprensa, seja de esquerda, ou comunista, ou socialista, ou nacionalista. Deixaram de circular imediatamente após o golpe jornais e revistas, principalmente os provindos de organizações comunistas, estudantis e de classes operárias (ALVES, 1980). A maioria esmagadora dos meios de comunicação (da imprensa escrita, do rádio e da TV) apoiou a ditadura e se submeteu aos ditames da censura oficial e dos patrões.

Porém, muitos jornalistas de esquerda que não queriam trabalhar para os grandes jornais comerciais, por se sentirem tolhidos em suas opiniões e em sua militância política, se organizaram para fundar pequenos jornais. Eram publicações

em formato tabloide, um modelo mais barato, com matérias que iam do humor contra o regime à análise política aprofundada. Nascia, assim, a imprensa alternativa.<sup>1</sup>

Um movimento que em poucos anos se tornou uma onda incontrolável. Chegaram a existir centenas de jornais, pelos menos 150 mais representativos, que se espalharam por todo o país, desde as metrópoles até os seringais do Acre. Podiam também ser contados às centenas os jornais, revistas, boletins, panfletos, cartazes, produzidos em outros países por exilados e seus apoiadores, em países como França, Itália, Portugal, Estados Unidos.

Na outra ponta da linha segurando os mesmos propósitos libertários, estavam os movimentos feministas. O feminismo no Brasil, caracterizado como de “segunda onda”<sup>2</sup>, surge na década de 1970, em meio ao período mais radical da Ditadura Militar, contando com a participação de mulheres que passaram pela experiência do exílio.

Estimuladas pela instituição da Década da Mulher pela ONU – Organização das Nações Unidas, as mulheres se organizaram e criaram o Centro da Mulher Brasileira, no Rio de Janeiro, e o Centro de Desenvolvimento da Mulher Brasileira, em São Paulo. Em 1979 acontece o Primeiro Encontro Nacional de Mulheres e, na década de 1980, já existem dezenas de grupos feministas por todo país. Estes movimentos reconhecem a necessidade das mulheres se fazerem ouvir, apostando em um discurso de contrainformação que assumiu, em alguns momentos, o duplo papel de denunciar e de mobilizar as mulheres na defesa dos seus direitos (WOITOWICZ; PEDRO, 2009).

Durante a ditadura militar brasileira, quando a imprensa alternativa atuou como uma importante aliada para a conscientização de diferentes setores da sociedade, surgem as publicações do movimento feminista, que discutiam aspectos e tendências do movimento a partir de temáticas como trabalho feminino, participação política, liberdade sexual, igualdade de direitos, aborto, políticas públicas para as mulheres, condições de trabalho, violência, entre outras.

---

<sup>1</sup> Episódio 4 da série documental “Resistir é preciso...”. Imprensa alternativa, clandestina e no exílio durante a ditadura militar brasileira. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3Y62uxF0Zro>. Acesso em 04/08/2017

<sup>2</sup> A segunda onda do feminismo é um período de atividade feminista que começou na década de 1960 nos Estados Unidos e eventualmente se espalhou por todo o mundo ocidental e além. Nos Estados Unidos, o movimento durou até o início da década de 1980.

Se em um momento crítico da História brasileira, adornadas pela censura e pelo medo, as mulheres e a imprensa não se deixaram calar, a contemporaneidade trouxe bálsamo a todas. Entende-se que converter é unir. A convergência das mídias e a era digital aproximaram as classes, as pessoas e o mundo para debates autênticos e legítimos, o que não poderia ser diferente para os movimentos feministas (MARCONDES FILHO, 2008).

Todavia, ainda existe uma preocupação com os vários desdobramentos que a imprensa teve nos últimos tempos com as conversões midiáticas e o empoderamento comunicacional da população por meio das mídias sociais. Diante deste cenário, os movimentos feministas discorrem severas críticas sobre o tratamento dado à mulher por parte da imprensa.

Tendo como objetivo, por meio de pesquisa teórica, histórica e conceitual, entrelaçar as temáticas apontadas, criando uma linha de pensamento crítico sobre os movimentos pela liberdade de imprensa e pela liberdade da mulher dentro de um estudo social contemporâneo. O trabalho justifica-se como uma reflexão contemporânea sobre as tratativas da imprensa para com a mulher e o potencial da mesma para desmistificar o conceito social da mulher.

O primeiro capítulo faz uma análise da mulher na sociedade, adentrando o campo de seus direitos legais e sociais, construídos por meio dos movimentos feministas que buscam equidade de gêneros. Já o segundo capítulo apresenta uma breve história da imprensa como documentadora de fatos e construtora de conceitos. Sendo assim, o terceiro e último capítulo traz um aprofundamento sobre a abordagem midiática sobre a mulher, os perigos dos conteúdos direcionados e a democratização da informação como ferramenta de militância e reconstrução social do feminismo.

## 1 A MULHER E A SOCIEDADE

A etimologia da palavra “ideologia” traz, a grosso modo, o significado de “estudo de ideais”. O termo é amplamente discutido e trouxe diversas interpretações ao longo dos séculos. Marx expressa que os indivíduos que aderem a uma ideologia terão uma determinada visão sobre sua própria realidade. “Não é a consciência que determina a vida, mas a vida que determina a consciência”. (1993, p. 36). Para tanto, os movimentos feministas vieram a partir da consciência de estado, do sentimento de necessidade de identidade ideológica e social.

Michelle Perrot (2007), historiadora que dedicou três décadas em pesquisas para traçar a história das mulheres na sociedade, faz uma abordagem sensível sobre o tema. De acordo com Perrot (2007), as mulheres foram objeto de preterimento, silêncio e invisibilidade. São invisíveis, pois sua atuação se passa quase que exclusivamente no ambiente privado da família e do lar, enquanto o espaço público compete apenas aos homens.

Em muitas sociedades, a invisibilidade e o silêncio das mulheres fazem parte da ordem das coisas. É a garantia de uma cidade tranquila. Sua aparição em grupo causa medo. Entre os gregos, é a *stasis*, a desordem. Sua fala em público é indecente. “Que a mulher conserve o silêncio, diz o apóstolo Paulo. Porque primeiro foi formado Adão, depois Eva. E não foi Adão que foi seduzido, mas a mulher que, seduzida, caiu em transgressão”. Elas devem pafar por sua falta num silêncio eterno (PERROT, 2007, P. 17).

Levantando a questão do silêncio, Perrot (2007) ainda reflete sobre como as mulheres eram e ainda são alvos de discursos, porém, sem terem a chance de protagonizarem o papel de discursadoras de si mesmas. Enquanto os homens dedicavam seus discursos ao retratarem as mulheres, também as exilavam em seus lares e delimitavam sua atuação social. O silêncio é no sentido da fala e do poder de voz social, como autoras de suas próprias histórias e da sociedade.

Para tanto, há poucos documentos históricos escritos por mulheres. Mulheres comuns deixaram poucos vestígios materiais que pudessem ser considerados fontes históricas. Perrot ressalta que, dentre todas as razões apresentadas para a visibilidade histórica das mulheres, o silêncio do relato é o mais crítico. Toda a construção histórica sobre a as mulheres foi idealizada e documentada por homens e não pelas próprias mulheres.

Quanto aos observadores, ou aos cronistas, em sua grande maioria masculina, a atenção que dispensam às mulheres é reduzida ou ditada por estereótipo. E claro que falam das mulheres, mas generalizando. "As mulheres são...". "A mulher é...". A prolixidade do discurso sobre as mulheres contrasta com a ausência de informações precisas e circunstanciadas. O mesmo ocorre com as imagens. Produzidas pelos homens, elas nos dizem mais sobre os sonhos ou os medos dos artistas do que sobre as mulheres reais. As mulheres são imaginadas, representadas, em vez de serem descritas ou contadas. Eis aí outra razão para o silêncio e a obscuridade: a dissimetria sexual das fontes, viável e desigual segundo as épocas (...) (PERROT, 2007, P. 17).

Sobre o corpo, Perrot (2007) também elucida como os corpos femininos foram subjulgados, dominados e violentados das mais variadas formas ao longo da História, tornando sua expectativa de vida inferior a dos homens. Tomando como partida que "o biológico se dissolve no existencial", a socióloga elucida sobre como a equidade comportamental influencia diretamente na longevidade, todavia, com a marginalização social da mulher, envelhecer o corpo é um desafio de dor, sofrimento e detrimento, pois, a mulher, com sua aposentadoria reduzida e com o seu empobrecimento comum, sofrem as consequências de um progresso desestruturado.

A marginalização social da mulher acontece desde o seu nascimento, sendo as meninas pouco desejadas pelos pais que apud Françoise Héritier, Perrot referencia como "valência diferencial dos sexos". Para exemplificar este fenômeno, exemplifica pela diferença marcante de badalares de sinos quando um homem ou uma mulher nasce e, o mesmo, quando morrem. "O mundo sonoro é sexuado" (p. 42).

No decorrer da história, crianças do sexo feminino foram mortas em diversas sociedades porque a preferência era pelas de sexo masculino. Quando nascidas e criadas, elas passavam por um longo e severo processo cerceativo de seus atos diante da liberdade masculina. As meninas eram colocadas para o trabalho doméstico ou no campo ainda muito cedo em detrimento do conhecimento escolar. A sua existência se abre num momento propício e óbvio, que é a puberdade.

Os ritos de passagem para esse momento crucial da adolescência praticamente não existem. (...) Mas, geralmente, o que se vê é o silêncio do pudor, ou mesma da vergonha, ligado ao sangue das

mulheres: sangue impuro, sangue que ao escorrer involuntariamente é tido como "perda" e sinal de morte. O sangue macho dos guerreiros "irriga os sulcos da terra" de glória. O esperma é a sementeira fecunda. A diferença dos sexos hierarquiza as secreções. "Ver correr seu sangue" ou não vê-lo mais é essencial para as mulheres, mas na intimidade do corpo, no segredo do sexo, e quase sempre no maior desconforto (PERROT, 2007, p. 45 e 46).

Ainda nas décadas de 40 e 50 do século XX, as mulheres eram destinadas apenas ao casamento e ao trabalho doméstico, sendo referenciadas apenas desta maneira pela mídia. Elas perdem o sobrenome e passam a pertencerem aos maridos, são condenadas à maternidade muitas vezes indesejada e pouco sabem de seus próprios corpos. Apenas em 1960 que as mães passaram, de certa maneira, falar sobre menstruação e cuidados diários com o corpo feminino, concomitantemente com os movimentos feministas que ganharam força e destaque também pela mídia.

### **1.1 Movimentos feministas**

A Revolução Francesa foi o princípio de uma expressividade dos movimentos feministas. Foi em 1791 que a revolucionária Olímpia de Gouges compôs uma emblemática declaração que coloca a mulher como merecedora de direitos naturais idênticos aos dos homens e que, por essa razão, tinha o direito de participar, direta ou indiretamente da política. Mesmo rejeitada, Gouges se tornou um símbolo da luta pela igualdade de gêneros. Essa voz mais ativa se deu graças ao Iluminismo, que trouxe à tona o feminismo moderno (ABREU, 2002).

Os pensadores iluministas defendiam ideais embasados na razão diante da religião, isto é, acreditavam que o pensamento racional deveria ser levado adiante substituindo as crenças religiosas e o misticismo, que, segundo eles, bloqueavam a evolução do homem. O homem deveria ser o centro e passar a buscar respostas para as questões que, até então, eram justificadas somente pela fé.

Para tanto, essa racionalidade possibilitou um novo olhar sobre a posição da mulher na sociedade, porém, este olhar era feminino, partia apenas das mulheres. Pensadores e políticos iluministas não concordavam com a participação feminina nas discussões políticas e filosóficas. O Barão de Holbach, líder de grupos intelectuais da época, deixava claro que as mulheres não poderiam participar destes grupos porque, segundo ele, baixariam o tom e a seriedade das discussões. Este

discurso fica claro em seu livro "Sistema da Natureza" de 1770. Holbach (1770) não fora o único a pensar assim.

Jean-Jacques Rousseau era um forte defensor do sistema familiar patriarcal, onde o homem tem domínio total sobre as mulheres e as crianças. Immanuel Kant, um dos maiores filósofos iluministas, defendeu uma tese próxima a de Rousseau, pois acreditava que a diferença entre sexo masculino e feminino era simplesmente natural. Para ele, as mulheres lidavam com trivialidades, pois não foram feitas para raciocinar, mas para sentir.

Na contramão do pensamento dos homens, o Iluminismo despertou nas mulheres o direito de pensar e de se expressar. Mary Wollstonecraft (1790) foi uma das principais feministas do século XVIII. A sua história, por si, já era a própria representatividade feminista. Devido à opressão vivida junto ao lar paterno, Mary saiu de casa aos 18 anos, adquiriu independência econômica através de emprego, assumiu uma união sem casamento e teve uma filha. Porém, seu destaque maior não foi por viver fora dos padrões convencionais da época, mas pela seu potencial reflexivo, pela pensadora que era (ABREU, 2002).

Bebendo de fontes como Rosseau e Locke, Wollstonecraft foi uma das precursoras do feminismo, defendendo os direitos das mulheres. Em seu livro - "Vindication of the Rights of Woman (1790)", Mary defendia a independência econômica feminina, tecia críticas às leis e à educação formal da época e discursava a favor da igualdade de oportunidades entre os sexos.

O Iluminismo foi apenas o início de um expressar público sobre as ideias feministas. As mulheres começaram a repensar seus lugares na sociedade e a questionarem o sistema patriarcal e segregador. Historicamente dividido por "ondas", o movimento feminista passou três ondas, segundo os historiadores e, tudo leva a crer, que a quarta está muito próxima de acontecer.

### **1.1.1 Primeira Onda**

De acordo com Michelle Perrot e Georges Duby (1995), os movimentos feministas do século XIX e início do século XX buscavam a transformação da condição da mulher na sociedade por meio, principalmente, da luta pela participação na cena eleitoral. De fato, essa é uma das primeiras pautas dos movimentos de mulheres capaz de se difundir pelo mundo industrializado ou em industrialização. A primeira onda é marcada pelo sufrágio feminino e a sua luta pelos direitos básicos

civis das mulheres. O seu início deu-se em 1897, com a fundação da União Nacional pelo Sufrágio Feminino por Millicent Fawcett (1847-1929), uma educadora britânica, justificando, também, a origem do termo "sufragista".

Nas Américas, apenas em 1919 que Constituição dos Estados Unidos definiu o direito de voto para as mulheres, por meio da Emenda Dezenove. O movimento sufragista nasceu com a luta contra a escravidão em meados do século XIX, com uma abordagem dum pouco diferente, ligada aos direitos da raça humana e a democracia. O Equador foi o primeiro país latino-americano a permitir que suas cidadãs votassem, em 1929. Alguns anos depois, seria a vez das brasileiras.

O movimento que inicialmente era pacífico questionava o fato de as mulheres do final daquele século serem consideradas capazes de assumir postos de importância na sociedade inglesa. As leis do Reino Unido eram, afinal, aplicáveis às mulheres, mas elas não eram consultadas ou convidadas a participar de seu processo de elaboração (ABREU, 2002).

A lei britânica de 1918 deu forças a mulheres de diversos outros países para que buscassem seus direitos ao voto, que as primeiras feministas consideravam de importância maior que outras questões referentes à situação feminina justamente por acreditarem que, pelo voto, as mulheres seriam capazes de solucionar problemas causados por leis injustas que lhes vetavam o acesso ao trabalho e à propriedade, por exemplo. Habilitando-se ao sufrágio, as mulheres passariam a ser também elegíveis e assim, pensavam as feministas, poderiam concorrer de igual para igual com os homens por cargos eletivos (ABREU 2002).

Há 85 anos, em 1932, as mulheres brasileiras conquistaram o direito ao voto por meio do Código Eleitoral Brasileiro instituído pelo presidente da época, Getúlio Vargas. Cinco anos antes, em 1927, no estado do Rio Grande do Norte, mais precisamente na cidade de Mossoró, a professora Celina Guimarães Viana foi autorizada pelo governador Juvenal Lamartine a votar na eleição daquele ano.

### **1.1.2 Segunda Onda**

A Segunda Onda Feminista é uma continuidade da Primeira Onda Feminista, com as mulheres se organizando e reivindicando seus direitos, ainda com grande força atuante na Europa e com ramificações na América do Sul. Entretanto há características que distinguem as duas fases. Enquanto no primeiro momento as

mulheres lutavam por conquista de direitos políticos, no segundo momento as feministas estavam preocupadas especialmente com o fim da discriminação e a completa igualdade entre os sexos.

Reconhecida por estar compreendida no período que se estende da década de 1960 até a década de 1980, a segunda onda do feminismo ampliou o debate para uma ampla gama de questões: sexualidade, família, mercado de trabalho, direitos reprodutivos, desigualdades de fato e desigualdades legais. Em uma época em que as mulheres alcançaram grandes avanços nas profissões, nos militares, nos meios de comunicação e nos esportes, em grande parte por conta do ativismo da segunda onda feminista, este movimento também chamava a atenção para a violência doméstica e problemas de estupro conjugal, além de lutar pela criação de abrigos para mulheres maltratadas e por mudanças nas leis de custódia e divórcio.

Antes da segunda onda, houve alguns eventos importantes que estabeleceram as bases para isso. A escritora francesa Simone de Beauvoir (2010), na década de 1940, examinou a noção de que as mulheres são vistas como "outras" na sociedade patriarcal. Ela concluiu que a ideologia centrada no homem estava sendo aceita como uma norma e reforçada pelo desenvolvimento contínuo de mitos, e que o fato de que as mulheres são capazes de engravidar, amamentar e menstruar não é de modo algum uma causa ou explicação válida para colocá-las como o "segundo sexo".

Como as representações coletivas e, entre outros, os tipos sociais definem-se geralmente por pares de termos opostos, a ambivalência parecerá uma propriedade intrínseca do Eterno Feminino. A mãe santa tem como correlativo a madrasta cruel; a moça angélica, a virgem perversa: por isso ora se dirá que a Mãe é igual à Vida, ora que é igual à Morte, que toda virgem é puro espírito ou carne votada ao diabo. Não é evidentemente a realidade que dita à sociedade ou aos indivíduos a escolha entre os dois princípios opostos de unificação; em cada época, em cada caso, sociedade e indivíduos decidem de acordo com suas necessidades. Muitas vezes projetam no mito adotado as instituições e os valores a que estão apegados. Assim, o paternalismo, que reclama a mulher no lar, define-a como sentimento, interioridade e imanência; na realidade, todo existente é, ao mesmo tempo, imanência e transcendência; quando não lhe propõem um objetivo, quando o impedem de atingir algum, quando o frustram em sua vitória, sua transcendência cai inutilmente no passado, isto é, recai na imanência; é o destino da mulher, no patriarcado; não se trata, porém, da mesma vocação tal como a escravidão não é a vocação do escravo. Percebe-se claramente, em Comte, o desenvolvimento dessa mitologia. Identificar a Mulher ao

Altruísmo é garantir ao homem direitos absolutos à sua dedicação, é impor às mulheres um dever-ser categórico (BEAUVOIR, 2010, p. 343-345).

Beauvoir (2010) traduziu o sentimento que ligava as mulheres para que tornassem a Segunda Onda possível. Envoltas à uma atmosfera mais íntima e de grande reflexo social, a Segunda Onda do feminismo ampliou o debate para uma ampla gama de questões como sexualidade, família, mercado de trabalho, direitos reprodutivos, desigualdades sociais e desigualdades legais. Em uma época em que as mulheres alcançaram grandes avanços nas profissões, nos militares, nos meios de comunicação e nos esportes, em grande parte por conta do ativismo da segunda onda feminista, este movimento também chamava a atenção para a violência doméstica e problemas de estupro conjugal, além de lutar pela criação de abrigos para mulheres maltratadas e por mudanças nas leis de custódia e divórcio.

No Brasil, a segunda onda feminista teve início nos anos 70 em momento de crise da democracia. Além de lutar pela valorização do trabalho da mulher, o direito ao prazer, contra a violência sexual, também lutou contra a ditadura militar. O primeiro grupo que se tem notícia foi formado em 1972, sobretudo por professoras universitárias. Em 1975 formou-se o Movimento Feminino pela Anistia. No mesmo ano surge o jornal Brasil Mulher, editado primeiramente no Paraná e depois transferido para a capital paulista e que circulou até 1980 (ABREU, 2002).

### **1.1.3 Terceira Onda**

A Terceira Onda Feminista é fortemente marcada por uma concepção pós-estruturalista, refletindo claramente abordagens micropolíticas preocupadas em responder o que é e o que não é bom para cada mulher. O início dessa terceira fase do movimento tem raízes ainda no meio da década de 1980, embora sua localização histórica seja reconhecida a partir da década de 1990. Ela está inserida em um contexto de novas perspectivas também das Ciências Humanas, como é o caso da Micro-História, que logo reconheceu a importância do movimento de organização das mulheres e o tratou de forma mais detalhada (ABREU, 2002).

Além disso, com o próprio questionamento do padrão branco de classe média-alta das feministas, mulheres negras começaram a se destacar no movimento e negociar seus espaços para revelar as diferenças vividas por mulheres com diferentes condições sociais e étnicas. Líderes feministas com raízes na segunda

onda, como Gloria Anzaldua, Bell Hooks, Cherrie Moraga, Audre Lorde, Maxine Hong Kingston e diversas outras feministas negras procuram negociar um espaço dentro da esfera feminista para a consideração de subjetividades relacionadas à raça. O tempo verbal presente segue nesta fase do feminismo porque a Terceira Onda ainda perdura.

O olhar crítico das feministas sobre o próprio movimento que integram permite o florescimento de novas ideias e a redefinição de estratégias que apresentam falhas nos momentos anteriores. Este novo movimento se caracteriza por ser mais relativista, o que significa dar especial atenção às questões relativas aos diferentes tipos de mulher, considerando aspectos culturais, sociais e étnicos. Outro debate é causado pelo chamado feminismo da diferença, cujo importante expoente é a psicóloga Carol Gilligan (1982), que defende que há importantes diferenças entre os sexos, enquanto outras vertentes creem não haver diferenças inerentes entre homens e mulheres defendendo que os papéis atribuídos a cada gênero<sup>3</sup> instauram socialmente a diferença.

## **1.2 Mulher e equidade**

A contemporaneidade do feminismo traz à tona a questão da equidade de gêneros dentro de uma vasta e profunda diversidade do universo feminino. As mulheres passaram a compreender melhor o seu lugar no mundo e todas as suas potencialidades, o que não poderia ser diferente diante de tanta informação disponível por meio da internet.

Os defensores da terceira onda do feminismo afirmam que ela permite que as mulheres definam o feminismo para si, isto é, entendam a aplicabilidade do movimento em sua vida e em seu íntimo, incorporando suas próprias identidades no sistema de crenças que é o feminismo e que ele pode se transformar através da própria perspectiva. Na introdução à ideia do feminismo da terceira onda, autoras como Jennifer Baumgardner e Amy Richards (2000) sugerem que o feminismo pode mudar em cada geração e indivíduo.

Não estamos fazendo o feminismo da mesma maneira que as feministas dos anos setenta fizeram. Ser libertária não significa

---

<sup>3</sup> Gênero é um conceito que define a busca da igualdade entre os membros dos dois gêneros humanos, homens e mulheres, derivado de uma crença numa injustiça, existente em diversas formas, de desigualdade entre os sexos.

copiar o que veio antes, mas encontrar o próprio caminho - um caminho que é genuíno para a própria geração (BAUMGARDNER, RICHARDS, 2000, p. 25).

Em mais uma de suas histórias, a contadora de histórias nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie em sua participação no TEDxEuston<sup>4</sup> (talk show independente para discursos livres sobre as mais variadas temáticas), fala com clareza sobre por que de todas as pessoas, não apenas as mulheres, devem ser feministas. Esta participação se transformou em um ensaio publicado em 2014.

Chimamanda (2014) se apoia na sua história de vida para apresentar o tema (assim como faz com a maioria de suas histórias) iniciando a fala dizendo que a primeira vez que foi chamada de feminista foi aos 14 anos, por seu amigo Okoloma. Como ela mesma conta, inicialmente achou a fala do amigo ofensiva, mas gostou do significado que encontrou no dicionário: “Feminista: pessoa que acredita na justiça social, política e econômica entre os sexos”. A partir de então, ela se reconheceu como feminista, e passou a militar (mesmo que indiretamente até chegar a academia) nesta causa.

Para Chimamanda (2014), o feminismo trata-se de um movimento de viés libertário, tendente a fazer com que homens e mulheres se enxerguem mutuamente ultrapassando os estereótipos de cada gênero. Assim, as pessoas serão vistas como humanas e igualmente capazes, sem preconceitos de nenhuma ordem. Talvez este seja o resumo mais coerente e objetivo do movimento atual.

Chimamanda (2014) defende em outra história "os perigos de uma história única" e ressalta no ensaio em questão sobre como a repetição cria o hábito e como é importante quebrar esse ciclo vicioso, principalmente em se tratando da equidade de gêneros. De forma muito didática, Chimamanda permeia suas histórias com o que de fato o feminismo contemporâneo almeja ao aprofundar nas temáticas abordadas como, por exemplo, que a igualdade salarial entre homens e mulheres deve vir com as mesmas tratativas sociais, isto é, as mulheres devem ter suas potencialidades reconhecidas com igualdade aos homens, dentro de preceitos óbvios como as diferenças físicas.

---

<sup>4</sup> “Nós deveríamos todos ser feministas”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fyOubzfkjXE> / Publicado em 2014. Acesso em 27/09/2017.

Se repetimos uma coisa várias vezes, ela se torna normal. Se vemos uma coisa com frequência, ela se torna normal. Se só os meninos são escolhidos como monitores da classe, então em algum momento nós todos acharemos, mesmo que inconscientemente, que só um menino pode ser o monitor da classe. Se só os homens ocupam cargos de chefia nas empresas, começamos a achar “normal” que esses cargos de chefia só sejam ocupados por homens (...). Então, de uma forma literal, os homens governam o mundo. Isso fazia sentido há 1.000 anos. Os seres humanos viviam num mundo onde a força física era o atributo mais importante para a sobrevivência. Quanto mais forte alguém era, mais chances tinha de liderar. E os homens, de uma maneira geral, são fisicamente mais fortes. Hoje, vivemos num mundo completamente diferente. A pessoa mais qualificada para liderar não é a fisicamente mais forte. É a mais inteligente, a mais culta, a mais criativa, a mais inovadora. E não existem hormônios para esses atributos. Tanto um homem como uma mulher podem ser inteligentes, inovadores, criativos. Nós evoluímos. Mas nossas ideias de gênero ainda deixam a desejar (ADICHIE, 2014).

Em se tratando de direitos legais das mulheres, muitos países, inclusive o Brasil (com ressalvas sobre o aborto), já tiveram avanços significativos em suas legislações. O desafio maior, agora, consiste na aplicação destas leis e incutir na sociedade o sentimento, a razão da igualdade, isto é, extinguir a cultura machista presente entre as pessoas e, conseqüentemente, na aplicabilidade da justiça. Portanto, o feminismo cria diálogos filosóficos e sociais para estabelecer pensamento crítico, pertinente e transformador.

Para contextualizar o sentimento social que difere as tratativas femininas e masculinas, Chimamanda fala sobre como as meninas e os meninos são criados a pensarem:

No ensino médio, quando um garoto e uma garota saem juntos, o único dinheiro de que dispõem é uma pequena mesada. Mesmo assim, espera-se que ele pague a conta, sempre, para provar sua masculinidade. (Depois nos perguntamos por que alguns roubam dinheiro dos pais...) E se tanto os meninos quanto as meninas fossem criados a não mais vincular a masculinidade ao dinheiro? O pior é que, quando os pressionamos a agir como durões, os deixamos com o ego muito frágil. Quanto mais duro um homem acha que deve ser, mais fraco será seu ego. E criamos as meninas de uma maneira bastante perniciosa, porque as ensinamos a cuidar do ego frágil do sexo masculino. Ensinamos as meninas a se encolher, a se diminuir, ao lhes dizer: “Você pode ter ambição, mas não muita. Deve almejar o sucesso, mas não muito. Senão você ameaça o homem. Se você é a provedora da família, finja que não é, sobretudo em público. Senão você emasculará o homem”. Por que, então, não

questionar essa premissa? Por que o sucesso da mulher ameaça o homem? (ADICHIE, 2014).

Sobre este patriarcado inerente à sociedade, Bell Hooks, ativista norte-americana, aborda no segundo capítulo de seu livro *“The Will to Change: men, masculinity, and Love”* (A vontade de mudar: homens, masculinidade e amor), Compreendendo o Patriarcado, que este seja a “doença social mais ameaçadora à vida”. Ela explica que o próprio homem não utiliza este termo (patriarcado) porque não fazer a diferença para ele, principalmente depois que se tornou debate feminista. "Homens que já a ouviram e conhecem a palavra normalmente a associam com a liberação das mulheres, com o feminismo e, assim, a desprezam como sendo irrelevante para suas próprias experiências" (HOOKS, 2004). E Hooks ainda explica:

O patriarcado é um sistema político-social que insiste que os homens são inerentemente dominantes, superiores a tudo e todos que são considerados fracos, especialmente as mulheres, e dotados do direito de dominar e governar sobre os fracos, e de manter esse domínio através de várias formas de terrorismo psicológico e violência. Quando meu irmão mais velho e eu nascemos, com um ano de diferença entre nós, o patriarcado determinou como cada um de nós seria considerado pelos nossos pais. Ambos acreditavam no patriarcado; eles o aprenderam através da religião (HOOKS, 2004).

Na linha de raciocínio de Hooks (2004), o patriarcal molda os valores da nossa cultura e somos socializados dentro deste sistema, tanto os homens quanto as mulheres, de geração para geração, mesmo com os sistemas familiares diversificados, com famílias chefiadas por mulheres.

O número de lares brasileiros chefiados por mulheres saltou de 23% para 40% entre 1995 e 2015, segundo informações da pesquisa Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça, divulgadas em março de 2017. A sondagem, feita pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA<sup>5</sup>), é realizada com base nos números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad). Em 34% das famílias chefiadas por mulheres, há também a presença de um cônjuge. Porém, segundo a Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM), em mais de 42% destes lares, a mulher vive com os filhos, sem marido ou companheiro, o que aumenta o risco de vulnerabilidade social, já que a renda média das mulheres, especialmente a

---

<sup>5</sup> Fonte: <http://www.ipea.gov.br/portal>

das mulheres negras, continua bastante inferior não só à dos homens, como à das mulheres brancas.

Diante deste cenário, fica evidente a ideia de Hooks que é impossível “desmontar um sistema enquanto nos engajamos em uma negação coletiva em relação a seu impacto em nossas vidas”. Isto é, enquanto a cultura patriarcal ainda estiver presente na sociedade, dificilmente conseguiremos quebrar o sistema. É uma transformação que deve partir de dentro, do íntimo do homem e também da mulher. O que os números apontam são arestas, as pontas soltas de uma revolução imposta e não trabalhada nas bases.

Impedir homens e mulheres de dizerem a verdade sobre o que acontece a eles em suas famílias é uma maneira pela qual a cultura patriarcal é mantida. Uma grande maioria de indivíduos reforça a regra não falada na cultura como um todo que exige que guardemos os segredos do patriarcado, protegendo, assim, o domínio do pai. Esta regra de silêncio é sustentada quando a cultura nega a qualquer pessoa o acesso fácil até mesmo à palavra “patriarcado”. Muitas crianças não aprendem como chamar este sistema de papéis de gênero institucionalizados, tão raras são as vezes em que a nomeamos no nosso discurso cotidiano. O silêncio promove a negação. E como podemos nos organizar para desafiar e mudar um sistema que não pode ser nomeado? (HOOKS, 2004).

Para responder a esta pergunta, é possível trazer a concepção de Chimamanda sobre a educação das bases que diz que se faz necessário incutirem nas crianças novos sentimentos em relação aos gêneros, deixando-as livres para em suas essências, uma vez que não nascem com a ideia pronta sobre as diferenças de gênero.

A questão de gênero é importante em qualquer canto do mundo. É importante que se comece a planejar e a sonhar um mundo diferente. Um mundo mais justo. Um mundo de homens mais felizes e mulheres mais felizes, mais autênticos com si próprios. É assim que devemos começar: precisamos criar nossas filhas de uma maneira diferente. Também precisamos criar nossos filhos de um outro modo. O modo como criamos nossos filhos homens é nocivo. Nossa definição de masculinidade é muito estreita. Abafamos a humanidade que existe nos meninos, enclausuramos-os numa jaula pequena e resistente. Ensinamos que eles não podem ter medo, não podem ser fracos ou se mostrar vulneráveis, precisam esconder quem realmente são – porque têm de ser, como se diz na Nigéria, homens duros (ADICHIE, 2014).

Aos poucos, este ideal desenhado por Adichie pode se concretizar, principalmente pelo novo cenário brasileiro de mulheres liderando os lares. Com o aumento de mulheres dominando seus próprios lares, a cultura patriarcal vai se dissolvendo, pouco a pouco. De acordo com o IPEA, nas cidades, 43% dos lares tinham uma mulher como referência em 2015, contra 25% em 1995. No campo, no mesmo período, esse número saltou de 15% para 25%. O crescimento de mulheres que comandam os lares pode ser explicado principalmente por duas razões: por um lado, a alta parece indicar mudanças no padrão de comportamento social, demonstrando maior aceitação de modelos menos tradicionalistas, e o resultado pode apontar uma mudança de autopercepção das mulheres em relação à sua posição dentro da família.

Houve também alterações nos tipos de arranjos familiares. Entre 1995 e 2015, O IPEA registrou que o número de casal com filhos caiu de 58% para 42%, enquanto a proporção de domicílios com somente uma pessoa ou com um casal sem filhos fez o caminho inverso, saltando de 42% para 58%. Todavia, como aborda Hooks, é necessária que essa autopercepção também parta dos homens. De acordo com ela, é mais difícil mudar os homens justamente por serem os maiores beneficiários do sistema.

O patriarcado pede dos homens que eles se tornem e permaneçam aleijados emocionais. Desde que é um sistema que nega aos homens o acesso pleno a sua liberdade de escolha, é difícil para qualquer homem, de qualquer classe, se rebelar contra o patriarcado, ser desleal ao genitor patriarcal, seja este feminino ou masculino. (...) Até que possamos reconhecer coletivamente os danos causados pelo patriarcado e o sofrimento que ele cria, não podemos nos voltar para a dor masculina. Não podemos exigir dos homens o direito de serem inteiros, de serem doadores e de sustentarem a vida. Obviamente, alguns homens patriarcais são confiáveis e mesmo cuidadores e provedores benevolentes, mas ainda estão aprisionados por um sistema que mina sua saúde mental. O patriarcado promove insanidade. Ele está na raiz de todas as doenças mentais que perturbam os homens em nossa nação. Todavia, não há uma preocupação coletiva com a condição masculina (HOOKS, 2004).

Muitas conquistas das mulheres assombam essa estrutura patriarcal. Uma delas é a participação das mulheres no mercado de trabalho, mas, que nos últimos 20 anos, esbarrou em um teto "difícil de ser ultrapassado", de acordo com o IPEA.

Entre 1995 e 2015 a participação das mulheres no mercado de trabalho oscilou em torno de 55%, nunca tendo chegado a 60%. Em 2015, ela estava em 55,3%, contra 53,8% em 1995. A taxa de participação reflete o percentual de pessoas entre 16 e 59 anos que estão trabalhando ou à procura de trabalho. Enquanto isso, a participação masculina vem caindo, mas segue bem acima da feminina, tendo passado de 86,2% para 78,3% no mesmo período.

No documento, o IPEA não detalha as razões para este teto, porém, fica evidente que a maior participação das mulheres no mercado de trabalho não foi acompanhada por uma diminuição das desigualdades profissionais entre homens e mulheres. Estas ocupam alguns setores e profissões, uma segmentação que torna mais forte as desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho.

Em 2015, a taxa de desocupação feminina no mercado de trabalho estava em 11,6%, enquanto a dos homens estava em 7,8%. As mulheres negras formavam o grupo mais prejudicado, com 13,3% de taxa de desocupação. Para os homens brancos, esse número era 6,8%. O quadro geral mostra uma hierarquia do mercado de trabalho estanque, na qual o topo é ocupado pelos homens brancos e a base pelas mulheres negras.

“Na literatura nacional há um consenso de que o fator primordial a determinar a “feminização” do mercado de trabalho é o aumento do nível de escolaridade da mulher brasileira nos últimos anos, graças à evolução dos seus valores sociais. Este fator tem levado também à queda da taxa de fecundidade devido à adoção de métodos anticoncepcionais, os quais se tornaram mais acessíveis e diversificados nos últimos tempos. Desse modo, mulheres mais instruídas acabam tendo menor número de filhos, o que as torna mais disponíveis para a atividade econômica” (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2004 apud MAIA; LIRA, 1996).

Outro fator de grande relevância para a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho refere-se à estagnação econômica, elevada inflação e mudanças na estrutura do emprego vividas pelo Brasil na década de 80. (LEONE, 1997). Esta autora ressalta que os fatores econômicos reforçaram a maior participação feminina no mercado na tentativa de evitar o empobrecimento das famílias, não deixando de considerar as profundas transformações sociais que vem ocorrendo ao longo dos anos. Seja por motivos financeiros ou mudanças nos padrões culturais ou até por realização pessoal é fato que as mulheres têm entrado de forma consistente no mercado de trabalho. O que fica evidenciado em estudos de

vários autores é que o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho não correspondeu a uma diminuição da discriminação.

O atual perfil da mulher brasileira é o resultado de diversas transformações demográficas e socioeconômicas ocorridas nas últimas décadas. Hoje, as brasileiras são maioria da população, vivem mais, acumulam mais anos de estudo e têm aumentado ano a ano a responsabilidade por manter os domicílios do país. Ainda assim, ganham menos que os homens brasileiros e são vítimas de violência doméstica, deixando o Brasil com a quinta maior taxa de feminicídio do mundo, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS).

De acordo com o órgão, a taxa brasileira de feminicídios é de 4,8 para 100 mil mulheres – a quinta maior no mundo. Em 2015, o Mapa da Violência sobre homicídios entre o público feminino mostrou que o número de assassinatos de mulheres negras cresceu 54%, passando de 1.864 para 2.875, de 2003 a 2013. No mesmo período, houve um aumento de 190,9% no número de vítimas negras.

Assédio, exploração sexual, estupro, tortura, violência psicológica, agressões por parceiros ou familiares, perseguição, feminicídio. Sob diversas formas e intensidades, a violência contra as mulheres é recorrente e presente em muitos países, motivando graves violações de direitos humanos e crimes hediondos. O Instituto Patrícia Galvão disponibiliza em seu site um dossiê<sup>6</sup> sobre a violência contra a mulher no Brasil. de acordo com o documento "Cultura e raízes da violência com as mulheres",

A persistência das discriminações contra as mulheres revela a necessidade urgente de um profundo olhar sobre suas raízes associado a um maior compromisso para coibir normas que fixam lugares rígidos para mulheres e homens na sociedade e que agem como fortes barreiras para a efetivação de direitos. As desigualdades de gênero estão, ainda, nas raízes de sofrimento físico e mental, violação e morte que atingem bilhões de mulheres de todas as idades, raças, etnias, religiões e culturas (DOSSIÊ VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES).

Entre as necessidades mais prementes estão a expansão da rede de atendimento para mulheres em situação de violência em todo o território nacional, a formação de equipes multidisciplinares capacitadas para atuar nos serviços e a

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/sobre-as-violencias-contra-a-mulher/>. Acesso em 30/09/2017.

divulgação de informações para que as brasileiras conheçam seus direitos e os caminhos para acessá-los.

A Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340/2006) conquistou reconhecimento<sup>7</sup> internacional e foi eleita pela ONU como uma das três mais avançadas no mundo. Obteve, ainda, reconhecimento perante a própria população: uma pesquisa realizada pelo Data Popular e Instituto Patrícia Galvão em 2013 apontou que, após sete anos de vigência, 98% dos brasileiros conheciam a Lei e 86% achavam que, com ela, as mulheres passaram a denunciar mais os casos de violência doméstica.

O avanço legislativo, entretanto, ainda não representa a garantia de uma vida livre de agressões para uma parcela significativa das brasileiras. Para diminuir a distância entre o texto legal e a efetiva fruição do direito, é preciso democratizar o acesso à Justiça no país. Para garantir às mulheres acesso à Justiça é preciso consolidar medidas em três frentes: na aplicação do marco legal existente, expansão dos serviços para efetivar a lei e na conscientização das próprias mulheres sobre seus direitos e os meios para acessá-los.

Os principais desafios identificados na pesquisa estão em sintonia com a avaliação de quem está à frente das políticas públicas: expansão dos serviços pelo amplo território nacional; formação de equipes multidisciplinares capacitadas para atuar nesses serviços; e conscientização de todos os envolvidos nas áreas de Segurança e Justiça sobre a grave violação de direitos humanos que é a violência de gênero.

Entre as ações para mudar este quadro, especialistas enumeram: é necessário envolver os homens na superação dessa cultura violenta; reconhecer e dar atenção para as formas institucionais de violência perpetradas pelo Estado; assegurar o protagonismo das mulheres por meio de políticas públicas de educação, autonomia econômica e financeira, equidade no trabalho doméstico e no trabalho remunerado; cobrar respostas do Poder Público e da iniciativa privada nesse sentido; assim como garantir o investimento na expansão com qualidade da rede de atenção e enfrentamento à violência (DOSSIÊ VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES).

Diante deste cenário brasileiro, é evidente que as mulheres estão tomando as rédeas de suas próprias vidas, porém, pagando um preço alto pela sua liberdade.

---

<sup>7</sup> Foram igualmente reconhecidas entre as mais avançadas do mundo as legislações da Espanha e Mongólia, conforme o Relatório da Unifem “Progresso das Mulheres no mundo – 2008/2009”. Íntegra do documento disponível em: <http://www.unifem.org.br/sites/700/710/00000395.pdf>.

Mesmo inseridas no mercado de trabalho e nas universidades, ainda não exercem em sua plenitude o ideal de carreira profissional. Mesmo com o direito ao divórcio, ainda estão presas à cultura patriarcal existente em todos os setores da vida pública. Mesmo escolhendo quantos filhos querem ter, as mulheres ainda não tem o domínio pleno de seu corpo.

O Brasil pode não proibir as mulheres de dirigir ou sair na rua, mas ao criminalizar o aborto nega a autonomia ao próprio corpo, o que também acontece na Lei de Planejamento Familiar, já que existe a necessidade de autorização do cônjuge para realizar a esterilização voluntária. O Brasil ainda não pune o assédio em locais públicos, exemplificado pela imprensa de forma massiva. As políticas trabalhistas são nada flexíveis com as mulheres, especialmente as mães, com uma licença-maternidade curta e a licença-paternidade deixa clara que o dever de cuidar da criança é apenas da mãe, resultando numa violência "simbólica"<sup>8</sup>.

No Brasil, o debate sobre a legalização sempre foi interdito. Aliás, o próprio debate sobre a prática do procedimento em si é interdito. Dogmas religiosos e morais se atravessam em um assunto que deveria ser discutido nos patamares de uma política pública de saúde. E, em um Estado – pretensamente – laico como o nosso, questões religiosas de qualquer ordem não deveriam ser levadas em conta na elaboração de políticas públicas.

Neste sentido, encontra-se outro movimento do feminismo: o empoderamento feminino que é a consciência coletiva, expressada por ações para fortalecer as mulheres e desenvolver a equidade de gênero. É uma consequência do movimento feminista e, mesmo estando interligados, são coisas diferentes. Empoderar-se é o ato de tomar poder sobre si. As pessoas oprimidas ou que recebem menos atenção na nossa sociedade, muitas vezes não têm consciência de seu próprio poder, e as mulheres estão incluídas neste grupo. É daí que surge o empoderamento. As mulheres precisam reconhecer que elas são capazes, para então poder começar a fazer mudanças.

Empoderar mulheres e promover a equidade de gênero em todas as atividades sociais e da economia são garantias para o efetivo fortalecimento das

---

<sup>8</sup> Violência simbólica é um conceito social elaborado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu no qual aborda uma forma de violência exercida pelo corpo sem coação física, em que causa danos morais e psicológicos. É uma forma de coação que se apoia no reconhecimento de uma imposição determinada, seja esta econômica, social ou simbólica.

economias, o impulsionamento dos negócios, a melhoria da qualidade de vida de mulheres, homens e crianças, e para o desenvolvimento sustentável.

Para tanto, ciente do papel das empresas para o crescimento das economias e para o desenvolvimento humano, a ONU Mulheres e o Pacto Global criaram os Princípios de Empoderamento das Mulheres<sup>9</sup>. Os Princípios são um conjunto de considerações que ajudam a comunidade empresarial a incorporar em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e ao empoderamento de mulheres.

Estas tratativas sobre o empoderamento feminino surgem diante de um cenário novo dos movimentos feministas: a era digital de compartilhamento simultâneo e eficaz. Os órgãos governamentais ou não, empresas públicas e privadas passaram a reconhecer o potencial do empoderamento e a sua necessidade no cenário atual. Neste momento, imprensa, internet e movimentos feministas se entrelaçam para novos questionamentos.

---

<sup>9</sup> Disponíveis em: <http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres>. Acesso em 27/09/2017.

## 2 IMPRENSA E SOCIEDADE

Imprensa é a designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem o jornalismo e outras funções de comunicação informativa em contraste com a comunicação puramente propagandística ou de entretenimento. No século XXI, estes elementos se misturam e ainda ganham a participação de todos os cidadãos em sua construção de informação, o chamado jornalismo colaborativo. Há, ainda, as redes sociais digitais que auxiliam nestes processos e colocam todos como protagonistas da informação.

Com a inclusão digital e a convergência das mídias, o jornalismo enfrenta um grande processo de reestruturação, porém, nunca perdera o seu poder de eleger ou eliminar governantes e aprovar ou rechaçar esta ou aquela política pública. Nesse contexto, essa mídia – e, sobretudo, a imprensa que a pauta - assume, antes de tudo, um papel social de altíssima responsabilidade e que deve ser exercido com absoluta transparência sob pena de ameaça à democracia e aos direitos de cidadãos por conta de etnia, credo, grau de instrução, posições político-ideológicas ou de estrato social a que pertençam.

Porém, a imparcialidade da informação e a independência nunca foram exercidas em sua integralidade pela imprensa. O jornalismo e o capitalismo sempre caminharam juntos no decorrer da História. A cada salto dado, a partir da Revolução Industrial e seus desdobramentos tecnológicos, fizeram do jornalismo reflexo desse desenvolvimento. Com a televisão, o satélite e os computadores, os processos comunicacionais ganharam novos formatos, como consequência, diferentes demandas na produção das notícias. A internet, com o seu hipertexto, espalhou a informação em diversas possibilidades de leitura, a disposição em qualquer localidade. A imagem nunca foi tão vista, a televisão reorientou o cotidiano da sociedade; a moda ampliou seu raio de consumo, as artes plásticas nunca estiveram tão populares.

Acompanhando esse leque de possibilidades, até o pensamento ganhou velocidade, assim como todos os processos que constituem o cotidiano das pessoas e, evidentemente, os acontecimentos são noticiados em tempo cada vez menor. Aceleraram-se os processos para poder suprir os excessos – tudo tende ao imediato, tudo ficou mais fugaz. Marcondes Filho (1993, p. 93) define bem este esboço:

O resultado é uma compressão do tempo. Tudo se torna radicalmente comprimido e isso exige que as pessoas atuem mais rapidamente. Como consequência, surge a precedência do volátil, do descartável, da troca rápida de várias coisas, desde objetos até relacionamentos sociais, passando por empregos, atividades mais diversas, viagens, posse de bens móveis, tudo se torna mais rapidamente cambiável (MARCONDES FILHO, 1993, P. 93).

Em uma sociedade capitalista onde tudo se torna produto e efêmero, o jornalismo também se prostitui. O que mais se vê nos cadernos e revistas de jornalismo no Brasil são linhas cada vez mais ligadas ao *publieditoral*<sup>10</sup>, o que os torna mais suscetíveis ao capitalismo. A essência do veículo destinado à crítica e exposição de fatos importantes para o cenário do país perde espaço para o financeiro, as matérias vendidas que rendem apenas críticas positivas.

É imprescindível não descartar essa proporção empresarial do jornalismo e a faculdade dos veículos na afluência que se constitui no mercado de bens simbólicos. Não é possível pensar que o jornalismo esteja alforriado dessa teia capitalista – o jornalismo tem vínculos profundos com seu foco noticioso principal - quando o interlocutor tem contato com uma crítica, dificilmente se distingue o que é reflexão e o que é publicidade de um produto.

O que tem tomado o espaço das boas críticas e das matérias que se comprometem com a fidedignidade jornalística, é o interesse do público pelo que é propagado, indiscriminadamente, pelas redes sociais digitais, onde as fontes, em sua maioria, não são fidedignas. Nesta perspectiva, é um engano confundir um jornalismo superficial e preguiçoso com o verdadeiro jornalismo cultural, tornando-se mais fácil produzir banalidades que alimentam a indústria do culto ao corpo, ao belo, aos excessos, do que confeccionar um jornalismo que produz informação válida para a formação positiva do público, o que é a diretriz básica: informação para a formação.

Isso se dá diante do cenário já retratado por Zygmunt Bauman (1999) e sua explanação sobre a modernidade líquida, as formas de vida contemporânea se assemelham pela vulnerabilidade e fluidez, incapazes de manter a mesma identidade por muito tempo, o que reforça um estado temporário e frágil das relações sociais e dos laços humanos. Essas mudanças de perspectivas

---

<sup>10</sup> Conteúdo disponível em formato de notícia, porém, pago por um anunciante.

aconteceram em um ritmo intenso e vertiginoso a partir da segunda metade do século XX. Com as tecnologias, o tempo se sobrepõe ao espaço. Podemos nos movimentar sem sair do lugar. O tempo líquido permite o instantâneo e o temporário, portanto, com o jornalismo não poderia ser diferente.

## **2.1 Ciberespaço**

Quando se fala em ciberespaço pensa-se logo em internet; apesar de estarem intimamente ligados, tem significados distintos. A Internet é a infraestrutura técnica (fios, rede, computador), o ciberespaço é o método, o meio e forma com que se é possível utilizar a internet. O ciberespaço pode também ser compreendido como uma via expressa de informação onde se constitui um espaço virtual de trocas simbólicas entre pessoas. Pode ser entendido como o espaço de troca de informação na cultura contemporânea.

Segundo Carlos Silva e Michele Silva,

Para que se possa ter acesso à via expressa de informação, é necessário que sejam estabelecidas as "condições ambientais" do ciberespaço. O ambiente construído é a expressão material que permite conexão com um novo sistema de relações sociais. Tais condições só nos são possíveis a partir de um arranjo espacial que inclui o computador, monitor, teclado, mouse, linha telefônica, provedor de acesso, redes telemáticas e outros meios eletrônicos capazes de nos conectar com o ciberespaço. Estas formas estáticas, aos quais estamos fisicamente ligados, nos transportam, através da virtualidade, para um mundo onde prevalecem as nossas sensações. A experiência de tempo e espaço não existe "nas coisas visíveis do ciberespaço", mas aparece somente na zona do subjetivo. Desse modo, o ciberespaço é uma veleidade, no sentido de abrir alguma possibilidade de enfoque idealista da materialidade social da sociedade moderna (SILVA, C.; SILVA, M., 2017).

As condições que o ciberespaço oferece, dentre várias possibilidades, estão ligadas, principalmente, a fatores importantes para que a informação siga seu fluxo não linear: a interface e o hipertexto. A interface acontece como mediadora dos processos comunicacionais, recebendo o papel de ponte entre as pessoas e a

informação, direcionando o usuário as suas escolhas e o acesso ao conteúdo. Já o hipertexto é mais complexo quando se tenta explicá-lo, uma vez que sua prática é simples e funcional.

O hipertexto é um documento comum que permite ‘viagens’ dentro do próprio documento e até mesmo fora, o que gera infinitas possibilidades de informações interligadas. Na internet, essa teoria funciona excepcionalmente bem. Em qualquer página na internet existem vários hiperlinks que levam o navegante a diversos pontos do próprio site ou para outros, o que gera uma teia de informações não lineares. Esses hiperlinks são a funcionalidade dos hipertextos e a não linearidade gerada por eles é o que movimenta e alimenta o ciberespaço.

Dentro deste contexto, o jornalismo foi se recriando e abrindo um leque de possibilidades como, por exemplo, o polêmico open source, que permite a participação efetiva dos receptores como também dos conteudistas. O que gerou desconforto em relação à fidedignidade da informação, levantando teorias sobre a importância do papel do jornalista como mediador da credibilidade do conteúdo.

A internet é chamada de “terra de ninguém” por ainda não ter uma regulamentação específica e pelos seus usuários poderem se esconder facilmente no anonimato. Entretanto, a internet trouxe duas vertentes para a informação: a democratização e a banalização.

No programa “De frente com Gabi”, do SBT, do dia oito de novembro de 2010, Marília Gabriela entrevistou o jornalista e âncora do Jornal do SBT, Carlos Nascimento<sup>11</sup>. Quando perguntado sobre a internet, ele disse que, para ele, “internet é um canal, não um veículo” e que

a internet é um território livre, tanto você tem notícias falsas e notícias verdadeiras. Eu diria que têm mais notícias falsas (...). É preciso haver uma diferenciação do que é internet e do que são os veículos profissionais de mídia. Muita gente acha, por exemplo, que houve uma democratização da informação. Houve. Mas, a credibilidade, não. Nunca se pode achar que a mídia perdeu por isso ou que vamos ser substituídos (...) (NASCIMENTO FILHO, 2010).

Dentro deste conceito de Nascimento (2010), os outros veículos como TV, rádio, revistas e jornais têm mais credibilidade e que a internet não pode ser vista como uma fonte confiável de informação, pois a banalização é maior do que a

democratização. Ela se dá, principalmente, pela apoderação de textos e produções alheios, atribuições falsas de autorias e, sobretudo, do anonimato. Todavia, a democratização é perceptível e contundente. Os professores Adriano Canabarro Teixeira e Edmilson Jorge Ramos (2003) veem a democratização da informação como fonte de educação para a atualidade.

A possibilidade de interação, de comunicação entre indivíduos e grupos e de troca de informações entre eles, torna-se possível e potencializa-se em função dos serviços e das características da Internet, podendo significar um grande diferencial para a criação de ambientes educacionais que privilegiem aspectos como colaboração, interação e coletividade. A oportunidade que a Internet apresenta, de resgatar a questão da coletividade, é lembrada por Lévy (1999, p. 14) quando declara que as tecnologias da informação são, de fato, “responsáveis por estender de uma ponta à outra do mundo as possibilidades de contato amigável, de transições contratuais, de transmissão do saber, de trocas de conhecimentos, de descoberta pacífica das diferenças, representando não apenas mais uma tecnologia da informação, mas um verdadeiro veículo de socialização” (TEIXEIRA; BRANDÃO, 2003, p. 4 *apud* LÉVY, 1999).

## 2.2 Imprensa e Censura

A censura sempre esteve presente no Brasil desde a sua colonização. De acordo com os livros de História, em 1547, o cardeal dom Henrique baixava o *Índex* português, que proibia sete autos de Gil Vicente. Com a constituição da Real Mesa Censória, em 1768, pelo marquês de Pombal, a censura ganhou forma e regras, com a adoção de uma política sistemática do governo português para restringir a liberdade de imprensa no Brasil.

Entre alguns corajosos jornais que tentavam, veementemente, não sucumbirem aos autos da censura, que surgiu a Constituição republicana dos revolucionários pernambucanos em 1817, prescrevendo em um seus artigos que “a liberdade de imprensa é proclamada, ficando, porém, o autor de qualquer obra e seus impressos sujeitos a responder pelos ataques à religião, à Constituição, aos bons costumes e caráter dos indivíduos, da maneira determinada pelas leis em vigor”.

De acordo com Sérgio Mattos (2005, p. 101), em 1822, quando a corte de Lisboa proclamou a livre comunicação do pensamento, José Bonifácio, ministro do Reino e de Estrangeiros, baixou uma portaria interpretativa, datada de 19 de janeiro

daquele ano, na qual ele explicava que a liberação apenas desobrigava o autor a apresentar previamente o que viesse a ser publicado, mas a censura permaneceria na fonte direta, ou seja, enquanto a obra estivesse no prelo.

O autor detalha que, antes da independência, a primeira determinação legal sobre a liberdade de imprensa e, conseqüentemente, direito à crítica foi um decreto datado de 18 de junho de 1822. Já no dia 2 de outubro de 1823 foi publicado um decreto da Assembleia Geral Constituinte e Legislativa do Império do Brasil visando o controle da liberdade de imprensa. Em 22 de novembro do mesmo ano foi divulgada a Carta de Lei que regulava a liberdade de imprensa.

Em março de 1824, ao outorgar a Constituição, dom Pedro I acabou com a censura prévia, pois afirmava em documento que “todos podem comunicar os seus pensamentos por palavras, escritos, e publicá-los pela imprensa, sem dependência de censura, contanto que hajam de responder pelos abusos que cometerem no exercício deste direito, nos casos e pela forma que a lei determina”.

De acordo com o historiador Walfrido Moraes,

Desde os seus primórdios, à imprensa brasileira sempre se ofereceram duas opções: ou fazer o jogo dos poderosos e viver à sombra dos governantes autoritários, ou se expor quando independente, a todos os perigos diretos ou indiretos ameaças de sua sobrevivência. Foi assim no período colonial. Foi assim no império. E por mais contraditório que pareça, ao longo da Primeira República, quando deveríamos começar a desfrutar dos privilégios das franquias democráticas, todos os períodos governamentais, sem exceção, foram marcados por fases de “estado de sítio”, que somados representam 1579 dias de arbítrio com a suspensão dos direitos individuais, cujos reflexos imediatos se consubstanciaram na maior ferocíssima censura aos meios de comunicação (MORAES, 2005, p. 88)

Após este período, a dinâmica da censura foi ganhando velocidade e novas características. Em 1923, o Decreto 4.743 foi editado para que os abusos cometidos pela imprensa pudessem ser regulamentados para que não contrariassem a moral e os bons costumes. A Constituição de 16 de julho de 1934 instituiu o direito de resposta e veda o anonimato e, também, a manifestação do pensamento livre, sem dependência de censura.

Outro marco aconteceu com a instituição da Nova Lei de Imprensa, em 1937, pelo então presidente Getúlio Vargas, que retrocedeu à censura prévia aos veículos de comunicação para assegurar “a paz, a ordem e a segurança”. Com a

instauração do Estado Novo (1937-1945) por Getúlio Vargas, a censura ficou ainda mais forte com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). À ele, competia “executar a estratégia governamental de domínio da opinião pública no âmbito geral das ideias e não só na imprensa e no rádio” (BAHIA, 1990, p. 439). Além disso, competia ao DIP controlar os registros dos jornais, das emissoras de rádio e serviços de autofalantes.

Nesse período ditatorial, que se sucedeu à viglância da Constituição de 1934, por determinação do Executivo, a censura à imprensa foi implacável, resultando no fechamento de vários jornais e revistas, principalmente no Estado de São Paulo, e no impedimento de criação de outros. O número de jornalistas presos era grande. Os jornais passaram a servir, gostando ou não, à ditadura Vargas. Aqueles que se recusaram sofreram grandes prejuízos (MATTOS, 2005, p. 105).

Apenas com o fim da Era Vargas que o DIP perdeu força e foi extinto pela incompatibilidade com o ambiente democrático que se instalava no Brasil. Porém, a censura que ficara silenciosa por um curto período, volta com força durante a ditadura militar.

Durante o regime militar iniciado em 1964, todas as formas de perseguição são intensificadas e perduram por 21 anos. Após a promulgação do AI-5<sup>12</sup>, todo e qualquer veículo de comunicação deveria ter a sua pauta previamente aprovada e sujeita a inspeção local por agentes autorizados. Diante de tamanha censura, os veículos de comunicação deixavam partes em branco ou publicavam textos aleatórios e sem sentido para mostrar que ali era para estar uma reportagem censurada. A violência do Estado era notada nos confrontos policiais e em conhecidos que desapareciam, mas, não era possível a muitos imaginar as proporções reais de tudo isso. Aparentemente, o silêncio imposto em relação às torturas era para que menos pessoas se revoltassem e a situação se tornasse, então, incontrolável.

Os veículos de imprensa eram proibidos de publicar notícias, comentários, entrevistas ou critérios de qualquer natureza, abertura política ou democratização ou

---

<sup>12</sup> O Ato Institucional Número Cinco (AI-5) foi o quinto de dezessete grandes decretos emitidos pelo regime militar nos anos que se seguiram ao golpe de estado de 1964 no Brasil. Os atos institucionais foram a maior forma de legislação durante o regime militar, dado que, em nome do "Comando Supremo da Revolução" (liderança do regime), derrubaram até a Constituição da Nação, e foram aplicadas sem a possibilidade de revisão judicial.

assuntos correlatos, anistia a cassados ou revisão parcial de seus processos, críticas ou comentários ou editoriais desfavoráveis sobre a situação econômico-financeira, ou problema sucessório e suas implicações.

A censura aos veículos de comunicação, principalmente a televisão, durante o regime militar, além de facilitar a manipulação da opinião pública, limitou o crescimento da produção do próprio veículo, castrou a criatividade e incentivou a autocensura, que passou a ser adotada pelas próprias emissoras, que constituíram seus departamentos de autocensura ou de controle de qualidade. [...] Durante o governo de Emílio Médici (1969-1974), inúmeras pressões foram exercidas sobre as emissoras de televisão mediante punições com multas e até suspensão de alguns programas como medida corretiva. Isso visava diminuir o que, oficialmente, foi justificado como “linha de agressão à sensibilidade e de grosseria” (MATTOS, 2005, p. 118).

A censura também atingia a produção musical, cinematográfica e literária que, criativamente, se manifestava de diversas formas para burlar a fiscalização. A censura federativa coibiu mais de seiscentos filmes, quinhentas peças teatrais, a editoração de vários livros e a inclusão de assuntos essenciais para a carreira escolar das crianças, sem falar do incalculável número de músicas.

Em 2014, a Comissão Nacional da Verdade (CNV) confirmou, em seu relatório final<sup>13</sup>, 434 mortes e desaparecimentos de vítimas da ditadura militar no país. Entre essas pessoas, 210 são desaparecidas e cerca de 30 são jornalistas. No documento entregue à então presidente Dilma Rousseff e divulgado massivamente pelos veículos de imprensa, com o relato das atividades e a conclusão dos trabalhos realizados, a CNV trouxe a comprovação da ocorrência de graves violações de direitos humanos. No texto diz que “essa comprovação decorreu da apuração dos fatos que se encontram detalhadamente descritos no relatório, nos quais está perfeitamente configurada a prática sistemática de detenções ilegais e arbitrárias e de tortura, assim como o cometimento de execuções, desaparecimentos forçados e ocultação de cadáveres por agentes do Estado brasileiro”.

Mais de 300 pessoas, entre militares, agentes do Estado e até mesmo ex-presidentes da República, foram responsabilizadas por essas ações ocorridas no período que compreendeu a investigação. O documento diz ainda que as violações registradas e comprovadas pela CNV foram resultantes “de ação generalizada e

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.cnv.gov.br/> . Acesso em 10/10/2017.

sistemática do Estado brasileiro” e que a repressão ocorrida durante a ditadura foi usada como política de Estado “concebida e implementada a partir de decisões emanadas da Presidência da República e dos ministérios militares”.

### **2.3 Imprensa e gênero feminino**

Como não poderia ser diferente do contexto na história mundial, o mercado de trabalho jornalístico era dominado pelos homens. Com isso, a mulher só conseguia se integrar por meio da revista e foi nesse meio de comunicação que alcançou visibilidade na imprensa, de acordo com Dulcília Buitoni (1986). Porém, durante um longo período, já no século XX, o mercado de trabalho jornalístico era dominado exclusivamente pelos homens. Em 1930, por exemplo, dado pelo jornalista José Hamilton Ribeiro (1998), nas redações dos grandes jornais as mulheres não eram aceitas nem mesmo nas mesas telefônicas no período noturno. "Mulher podia ser telefonista, faxineira ou servia para fazer o café: circulava na área de serviço" (RIBEIRO, 1998, 31).

Com a necessidade de conteúdos voltados para as mulheres, que estavam cada vez mais alfabetizadas e protagonizando novos campos de interesse, as revistas femininas chegaram ao Brasil no século XIX. De acordo com Buitoni, as revistas femininas adotaram características bastante específicas.

Ao contrário da imprensa diária, este tipo de veículo não se aplica esforços para noticiar o que há de interessante no mundo. Sua fusão com a contemporaneidade se dá por meio da prática do jornalismo interpretativo, que é uma expansão do fato original: contêm entrevistas, antecedentes, consequências, opinião de especialistas, etc. Este tipo de publicação está mais para as linhas do jornalismo de entretenimento, do opinativo e do de serviço, pois engloba desde palavras-cruzadas até roteiros de turismo e informações sobre lazer, com páginas dedicadas à opinião e ao colunismo. Outra característica bastante específica da imprensa feminina é a relação íntima com a leitora, para quem a revista está sempre se dirigindo e chamando de você, tu ou vós – no passado (BUITONI, 1986, p. 22).

Quanto à linguagem dessas revistas, a autora destaca a redação em um tom coloquial e conduzida como uma conversa entre amigas que trocam conselhos e experiências. Essa característica é uma das marcas das revistas destinadas às mulheres, muito mais que um recurso de linguagem, essa “proximidade” com a leitora é utilizada pelas revistas para conquistar o seu público. Porém, Buitoni

também ressalta que o conteúdo abordado também era muito específico, como moda, trabalhos manuais, culinária, beleza, decoração, vida feminina, literatura romântica.

Posteriormente, revistas que circulam até hoje, como *Capricho* (fundada em 1952), *Claudia* (1961) e *Marie Claire* (lançada na França em 1954 e trazida para o Brasil em 1991), foram lançadas e, apesar de ainda preservarem características de sua época, as leitoras encontravam e ainda encontram uma revista ousada e moderna que tem a finalidade de quebrar tabus e estereótipos sociais. Enquanto *Claudia* segue uma linha editorial considerada mais “utilitária” para a mulher, com dicas, por exemplo, *Marie Claire* apresenta a mulher como independente. *Marie Claire* também se destaca pelo engajamento em questões sociais, rotineiramente, trazendo pautas aprofundadas sobre violência contra a mulher, tráfico de mulheres, entre outros temas. A publicação também se engaja em campanhas em prol ao sexo feminino, a mais recente foi contra o Abuso Sexual.

Segundo Buitoni (1986), uma das primeiras campanhas promovidas pela revista foi realizada quando a AIDS avançava entre as mulheres. O motivo do alto índice de mulheres contaminadas pelo HIV devia-se ao uso de drogas e principalmente, as relações sexuais sem o uso de camisinha. Buitoni destaca que a revista desenvolveu uma campanha com o tema “Camisinha é sexy”, na qual orientava as mulheres sobre a importância do uso do preservativo. Para sensibilizar o público, a revista adotou um discurso erótico e abriu espaço para depoimentos das leitoras e também para o público masculino relatarem suas experiências em anúncios e nas reportagens informativas. Ao investir nessa campanha, muito mais que sensibilizar as mulheres, *Marie Claire* começou a quebrar alguns tabus que ainda existiam ao se falar sobre sexo em publicações destinadas ao público feminino.

As revistas foram às portas de inserção da mulher na imprensa brasileira. Ao longo dos anos, o público feminino passou por inúmeras conquistas e ganharam mais espaço; na imprensa também foi assim. No telejornalismo, nas décadas de 80 e 90, a bancada do *Jornal Nacional* já era ocupada por uma mulher, a jornalista Valéria Monteiro, que também esteve à frente do *Fantástico* e do *Jornal Hoje*.

Ao longo do tempo, muitos nomes se destacaram, entre eles, o de Glória Maria, Fátima Bernardes, Renata Fan, Sandra Annemberg, Mirian Leitão, Eliane Brum (ganhadora de mais de quarenta prêmios nacionais e internacionais de

jornalismo) dentre muitas outras mulheres que participaram e ainda participam de grandes coberturas jornalísticas e se destacam pelo profissionalismo e desempenho. Se antes, a presença da mulher na imprensa era discreta, atualmente, pode-se notar que houve uma mudança nesse cenário. Segundo a Pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro, realizada em 2012, pela UFSC (universidade Federal de Santa Catarina) em parceria com a FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), 64% dos jornalistas brasileiros são mulheres. As mulheres vêm ganhando destaque ocupando postos de trabalho na imprensa e também atuando em editorias que antes, eram consideradas apenas masculinas.

### 3 A MULHER NA ABORDAGEM MUDIÁTICA

As ondas feministas sempre fizeram uso do espaço público da informação, em particular a mídia, como meio de propagação e conscientização de suas lutas. Que o meio é útil e funcional para tal, não há dúvidas, porém, a problemática principal encontra-se na abordagem da mídia sobre a mulher em si, dentre diversos acontecimentos que se tornam noticiosos. O objetivo deste capítulo é realizar uma reflexão sobre essa abordagem e elencar suas motivações.

A objetificação do corpo feminino, que é visto com frequência na abordagem midiática, refere-se à banalização da imagem da mulher, colocando a aparência das mulheres como mais importante, ou ainda única, do que todos os outros aspectos que as definem enquanto indivíduos. De acordo com Belmiro et al (2015), “a objetificação, termo cunhado no início dos anos 70, consiste em analisar um indivíduo a nível de objeto, sem considerar seu emocional ou psicológico.”

Para tanto e como reflexo, as abordagens midiáticas, sejam publicitárias ou jornalísticas, fazem uso constante desta objetificação. Comumente, as mulheres são vistas de forma estereotipada e hiperssexualizada; vide as populares propagandas de cerveja como exemplo. Em pesquisa realizada pelo Instituto Patrícia Galvão e Instituto Data Popular<sup>14</sup>(2013), para 35% dos pesquisados, a mulher nunca é apresentada como uma pessoa inteligente em propagandas na TV; 43% discordam da afirmação. Já 84% dos respondentes concordam que o corpo da mulher é usado para a venda de produtos nas propagandas de TV e 58% entendem que a mulher é representada como objeto sexual nessas campanhas.

Ainda de acordo com a pesquisa, para 65% dos entrevistados, o padrão de beleza nas propagandas está muito distante da realidade das brasileiras e 60% consideram que as mulheres ficam frustradas quando não se veem neste padrão. Na percepção da sociedade, as mulheres nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras e loiras, têm cabelos lisos e são de classe alta. Por outro lado, a maior parte dos entrevistados deseja que a diversidade da população feminina brasileira esteja mais representada: 51% gostariam de ver mais mulheres negras e 64% gostariam de mais mulheres de classe popular nas propagandas.

---

<sup>14</sup> “Representação das mulheres nas propagandas de TV”, 2013, Instituto Patrícia Galvão. Pesquisa disponível em: [http://agenciapatriciagalvao.org.br/wp-content/uploads/2012/05/representacoes\\_das\\_mulheres\\_nas\\_propagandas\\_na\\_tv.pdf](http://agenciapatriciagalvao.org.br/wp-content/uploads/2012/05/representacoes_das_mulheres_nas_propagandas_na_tv.pdf). Acesso em 30/10/2017.

Segundo avaliação da diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão, Jacira Melo, divulgada no site oficial<sup>15</sup> do instituto, a pesquisa revela que a percepção dos entrevistados, mulheres e homens, é clara: a propaganda veicula modelos ultrapassados.

A irrealidade da representação da mulher é percebida pela absoluta maioria e há uma clara expectativa de mudança. Aqui se revela um paradoxo: se pensarmos a partir da lógica de mercado, pode-se dizer que anunciantes e publicitários, em razão de uma visão arcaica do lugar da mulher na sociedade e de um padrão antigo de beleza, não estão falando com potenciais consumidoras (MELO, 2013).

Esta percepção é fruto das ondas feministas e forte presença do empoderamento feminino na sociedade. Para tanto, o mercado publicitário vem trabalhando, nos últimos anos, com a inserção da imagem da mulher comum e de suas tão distintas pluralidades, acompanhando a necessidade do mercado em geral. Porém, dentre as linguagens midiáticas, a imprensa ainda não se adequou e a sua percepção para tal não acompanha no mesmo ritmo de desenvolvimento social.

Os exemplos inquietação social sobre como as mulheres ainda são vistas pela sociedade ainda patriarcal e machista e representadas pela mídia, são manifestações que envolvem os direitos das mulheres ganharam força e repercussão mundial, como a Marcha das Vadias, a Marcha pela Humanização do Parto e a Marcha Contra a Mídia Machista.

A Marcha das Vadias se iniciou quando um policial, representante do Estado, optou por culpar as roupas e comportamento das vítimas pelo estupro sofrido, em vez de fazer o seu trabalho de criticar e punir o agressor.

A Marcha pela Humanização do Parto se organizou quando o Conselho de Medicina do Rio de Janeiro (Cremerj) aprovou resoluções que limitam partos humanizados. Essas providências configuram uma excessiva e indevida intervenção médica nas gestações e partos que não são de risco, tornando o nascimento um procedimento necessariamente cirúrgico e sem participação da gestante, além de mascarar os casos de violência obstétrica.

A Marcha Contra a Mídia Machista se insurgiu contra a imagem das mulheres na mídia, seja na abordagem jornalística (especialmente em relação ao

---

<sup>15</sup> Disponível em: <http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulher-e-midia/pautas-midia/pesquisa-revela-que-maioria-nao-ve-as-mulheres-da-vida-real-nas-propagandas-na-tv/>. Acesso em 30/10/2017.

jornalismo das Olimpíadas, que ignorava o desempenho das atletas para se focar nos seus atributos estéticos), seja por anúncios publicitários que perpetuam estereótipos ofensivos e por vezes legitimam assédio e estupro.

Em todas essas manifestações, encontram-se mulheres protestando contra a regulação de seus corpos, seja por meio do poder estatal, médico ou midiático. E, em comum, a crítica à mídia de massa por fazer abordagens que perpetuam o machismo.

Como abordado no capítulo dois deste trabalho, a imprensa, em toda a sua história, segregou a mulher por meio de conteúdos direcionados e exclusivos do universo feminino, a execrando e reafirmando o homem como principal protagonista da política, da economia e da educação. Ainda hoje, as publicações segmentadas existem e ainda perpetuam a segregação, por mais que seus conteúdos tenham vertentes empoderadoras.

De acordo com a jornalista Cynthia Semíramis Vianna (2013), revistas e sites voltados para o público feminino, em sua maioria, ensinam as mulheres a se enquadrarem em um modelo bastante opressivo.

Inventam que elas só devem se preocupar com assuntos sérios (como direitos) depois que lutarem para obter corpos perfeitos, pois estes serão o passaporte para se casar ou obter uma promoção no emprego. Estimulam habilidades domésticas, como cozinhar, para dar prazer aos parentes, filhos e marido (enquanto elas precisam viver de luz para emagrecerem até atingir o ideal de beleza). Criam “defeitos” estéticos para fazerem as mulheres se sentirem inseguras e, em seguida, vendem fórmulas para solucioná-los (podemos falar de celulite, que homens e mulheres têm, mas só nas mulheres que se torna um “defeito”; podemos falar também do racismo embutido em clareamentos de pele ou alisamento de cabelos, e da misoginia que alavanca a venda de desodorantes para disfarçar o odor vaginal). Fazem manuais ensinando a agradar um homem na cama (e até a fingir orgasmos), mas não ensinam as mulheres a se satisfazerem sexualmente nem se lembram de que não são todas as mulheres que são heterossexuais ou têm uma vulva, como é o caso, respectivamente, das mulheres lésbicas e das transexuais (VIANNA, 2013).

Para tanto, associações como o Instituto Patrícia Galvão e a AzMina<sup>16</sup>, dentre muitos outros, trabalham para a desmistificação do conceito da mulher na sociedade, levantando pesquisas e disseminando informação. Organizações como

---

<sup>16</sup> Disponível em: <http://azmina.com.br/quem-somos> . Acesso em 30/10/2017.

essas dialogam por meio das linguagens midiáticas e, principalmente, por meio da internet. AzMina, por exemplo, é uma instituição sem fins lucrativos cujo objetivo é usar a informação para combater os diversos tipos de violência que atingem mulheres brasileiras, considerando as diversidades de raça, classe e orientação sexual. O instituto realiza consultorias, palestras e debates para aprofundar a discussão sobre os direitos da mulher, além de ser autor e coautor de campanhas de conscientização nas redes sociais como a #CarnavalSemAssédio e #MamiloLivre, hashtags que envolveram milhares de pessoas em todo o país, cujo objetivo era conscientizar, proteger e auxiliar as mulheres em seu cotidiano.

O instituto, ainda, possui uma revista eletrônica com conteúdo produzido por mulheres e para mulheres, com reportagens investigativas e direcionadas para o empoderamento feminino. Estes canais surgem em duas linhas de expressão: da mulher em si e da mulher jornalista que se via reprimida nas redações majoritariamente masculinas, machistas e engessadas em formatos arcaicos. O principal questionamento não está na existência de conteúdo direcionado, mas sim, na participação das mulheres como protagonistas dos outros cadernos de notícias, seja como autoras ou como personagens.

De acordo com Vianna (2013), a imprensa utiliza-se de fontes ditas como confiáveis, como médicos, sociólogos, filósofos, religiosos, juristas etc., para ludibriar as mulheres para que ajam de acordo com determinadas regras, ditando como elas devem ser, perpetuando a ordem social machista. É comum notar, principalmente no horário matutino, programas de televisão que falem sobre o cotidiano feminino e ensinando-as sobre maternidade, culinária, estética e beleza. Horário este que a culturalmente é previsto como o mais popular entre as mulheres, donas de casa, isto é, no modelo patriarcal de família. Este perfil de programação segue a regra capitalista para o qual a mídia serve, produzindo conteúdos que estimulem a compra e a dinâmica do mercado. Para esse sistema funcionar, Semíramis diz que

A mulher tem de ser dócil, submissa ao marido, só se realizar na maternidade e nos cuidados com a família. E, o mais importante: ela precisa gastar. A função da mulher em uma sociedade capitalista é gastar dinheiro, fazer compras, de modo a manter a estrutura econômica funcionando. Se ela não mais produz o que a família precisa, deve compensar isso fazendo compras. Se ela se sente infeliz, precisa ser estimulada a fazer compras para compensar suas frustrações. Se o marido trabalha 14 horas por dia, ela deve fazer jus

ao esforço dele gastando o dinheiro para trazer conforto ao homem que lhe propicia um lar (VIANNA, 2013).

Semíramis critica, contudo, este raciocínio que não acompanha as mudanças sociais, econômicas e jurídicas das últimas décadas e que não inclui famílias homoafetivas, monoparentais, sem filhos ou extensas, e se esquece de que a grande massa populacional brasileira feminina é composta por mulheres que trabalham e, geralmente, é arrimo de família. Apesar da discrepância entre a realidade e o modelo imposto pela mídia, devido à sua forte influência em todas as camadas sociais, é ela uma das principais responsáveis por manter o machismo presente na sociedade. E para combater a ameaça ao sistema capitalista da mídia, para Semíramis, a imprensa tem o hábito de deslegitimar quem discorda dela:

Se a pessoa ou grupo não se enquadra em sua ideologia, se está chamando atenção para alguma desigualdade, fazendo alguma reivindicação, a mídia atua no sentido de desqualificar esse discurso, procurando ridicularizar seus emissores e manter a ordem machista. Podemos lembrar aqui da perseguição midiática às feministas: a aparência das militantes é criticada, suas palavras são distorcidas e chega-se ao ponto de divulgar movimentos antifeministas como feministas. Também podemos lembrar-nos das dificuldades que pessoas negras, homossexuais, transexuais encontram para serem retratadas com dignidade nos meios de comunicação. A regra é sempre estereotipar ou ridicularizar como forma de constranger essas pessoas a aceitarem os papéis que lhes foram determinados. Nota-se, assim, que a mídia tradicional mantém os papéis de gênero, contribuindo para a manutenção do machismo. O mundo mudou, mulheres conquistaram direitos e modificaram práticas sociais. Porém, não há na mídia tradicional a capacidade de perceber e assimilar essas mudanças, porque é o modelo antigo de papéis de gênero, bastante machista, que precisa ser divulgado para sustentar a todo custo uma estrutura econômica e social obsoleta (VIANNA, 2013).

Portanto, por mais que atualmente seja evidente a preocupação dos grupos feministas com o mau uso da imagem das mulheres nas mídias, levantando fortemente a questão dos usos do corpo e construção da corporeidade feminina nos anúncios publicitários, ainda é pouco comum um olhar interpretativo orientado a cobertura dos casos de violência contra a mulher e demais temáticas feministas, com foco no jornalismo, ainda que diversas e complexas sejam as situações em que as mulheres apareçam pautadas pela imprensa.

### 3.1 Imprensa e a violência contra a mulher

O cenário brasileiro de violência contra a mulher é notório principalmente pelas estatísticas apontarem os homens como os seus principais algozes. Em uma pesquisa realizada pelo Datafolha<sup>17</sup> e encomendada pelo Fórum Brasileiro de Segurança, apresentada em março de 2017, aponta que uma em cada três mulheres sofreram algum tipo de violência em 2016. Só de agressões físicas, o número é alarmante: 503 mulheres brasileiras vítimas a cada hora.

Os dados mostram que 22% das brasileiras sofreram ofensa verbal no ano passado, um total de 12 milhões de mulheres. Além disso, 10% das mulheres sofreram ameaça de violência física, 8% sofreram ofensa sexual, 4% receberam ameaça com faca ou arma de fogo. E ainda: 3% ou 1,4 milhões de mulheres sofreram espancamento ou tentativa de estrangulamento e 1% levou pelo menos um tiro.

A pesquisa mostrou também que, entre as mulheres que sofreram violência, 52% se calaram. Apenas 11% procuraram uma delegacia da mulher e 13% preferiram o auxílio da família. E o agressor, na maior parte das vezes, é um conhecido (61% dos casos). Em 19% das vezes, eram companheiros atuais das vítimas e em 16% eram ex-companheiros. As agressões mais graves ocorreram dentro da casa das vítimas, em 43% dos casos, ante 39% nas ruas.

O levantamento do Datafolha apontou que 40% das mulheres acima de 16 anos sofreram algum tipo de assédio, o que inclui receber comentários desrespeitosos nas ruas (20,4 milhões de vítimas), sofrer assédio físico em transporte público (5,2 milhões) e ou ser beijada ou agarrada sem consentimento (2,2 milhões de mulheres).

Os assédios mais graves aconteceram entre adolescentes e jovens de 16 a 24 anos e entre mulheres negras. Só entre as vítimas de comentários desrespeitosos, 68% eram jovens e 42% mulheres negras. Já em assédio físico em transporte público, 17% eram jovens e 12% negras. E esse tipo de violência todo mundo percebe. Cerca de 66% dos brasileiros presenciaram uma mulher sendo agredida fisicamente ou verbalmente em 2016. E, em vez de o cenário ter melhorado, a sensação da maioria dos brasileiros (73%) é de que a violência contra

---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://datafolha.folha.com.br/>. Acesso em 30/10/2017.

a mulher aumentou ainda mais na última década. A maior parte das mulheres (76%) acreditam no mesmo.

Como todo dado alarmante, a violência contra a mulher é um dos temas presentes cotidianamente nos noticiários, porém, suas tratativas ainda são arraigadas de estereótipos criados pela sociedade patriarcal e machista. A presença deste estereótipo revela resquícios de uma representação machista que tende vez por outra a reaparecer estampada nas notícias dos jornais. Conforme Lippmann (2008, p.97) o estereótipo cria um padrão que não é neutro. E neste aspecto, consideramos que o julgamento moral passa a ser, em alguns casos, uma definição primária que produz no imaginário social um enquadramento que reverte os enunciados dos crimes contra mulheres, fazendo com que elas passem a ser muitas vezes representadas como indiretamente ou diretamente responsáveis pela violência sofrida.

Entretanto, os meios de comunicação podem desempenhar um importante papel no debate público de problemas sociais ao selecionar, hierarquizar e estimular a discussão de alguns temas. Com isso, também podem proporcionar mudanças de comportamento, ajudando no combate a preconceitos e estereótipos, além de contribuir para a efetivação de políticas públicas que melhorem algumas situações, como no caso da violência contra a mulher. Porém, ainda caminha a passos lentos para o que deveria ser ideal para o verdadeiro debate e combate à violência.

Conforme aponta a pesquisa “Imprensa e agenda de direitos das mulheres: uma análise das tendências da cobertura jornalística”, realizado pela ANDI – Comunicação e Direitos e pelo Instituto Patrícia Galvão, em 2011, o tema da violência contra a mulher é o mais comum em relação a dois outros observados. Em uma amostra de jornais impressos brasileiros de circulação nacional e regional analisada, a violência contra a mulher representou 63% das matérias, trabalho e ocupação, 18,9%, e poder político e decisão, 17,8%.

De acordo com a análise da pesquisadora Juliana Doretto, uma das responsáveis pela interpretação da pesquisa,

a preponderância das pautas sobre a violência contra a mulher vai ao encontro da hipótese de que este é um tema mais frequente na mídia, não apenas por sua importância social, mas também pelo aspecto sensacionalista que com frequência desperta. A espetacularização do crime pode ser uma forma de atrair leitores e

aumentar as vendas, sobretudo entre os jornais regionais (DORETTO, 2011).

Segundo a pesquisa, o tema é notícia nos seguintes casos: quando ocorrem casos reais de violência, em especial se for uma agressão cometida com motivação passional e extrema violência; uma mulher é agredida por um homem famoso; acontecem abusos sexuais de criança; uma mulher é condenada à morte por apedrejamento; vai a julgamento um acusado de assassinato de ampla repercussão; são presos integrantes de quadrilha que traficava mulheres e meninas para prostituição no exterior; é procurado ou preso um estuprador ou serial killer, entre outros.

Em bem menor proporção, a temática da violência de gênero também é notícia quando é divulgada alguma pesquisa com números impactantes, a exemplo de dados sobre denúncias à Central de Atendimento à Mulher – Ligue 180; escassez de serviços de atendimento como Delegacias de Mulheres e Casas Abrigo; aprovação de leis sobre o tema; inauguração de um centro de atendimento ou quando uma autoridade toma medidas ou deixa de tomá-las com base na Lei Maria da Penha.

De acordo com Vianna (2010), *apud* Russell & Caputi, o termo feminicídio é definido como “algo que vai além da misoginia, criando um clima de terror que gera a morte da mulher a partir de agressões” (como abuso físico e verbal, estupro, tortura, escravidão sexual, espancamentos, assédio sexual, mutilação genital e cirurgias ginecológicas desnecessárias, proibição do aborto e contracepção, cirurgias cosméticas, negação da alimentação, maternidade, heterossexualidade e esterilização forçadas), elas dão à morte de mulheres uma dimensão política e permitem uma análise mais precisa de ações sobre o corpo feminino para fins de subjugar-las, além de caracterizar essas condutas como semelhantes às de crime de ódio.

Cabe lembrar ainda o papel do poder Judiciário na perpetuação desse sistema de violência. Como observa Wânia Pasinato Izumino (2004), este poder tem se destacado como reprodutor de desigualdades. Os responsáveis por fazer justiça valorizam mais a adequação do comportamento dos envolvidos aos modelos de comportamento socialmente elaborados, do que ao crime tal como enquadrado no Código Penal. A exemplo deste tipo de atuação de magistrados está o caso de

assédio ocorrido dentro de um ônibus na capital de São Paulo, em 29 de agosto de 2017, quando um homem ejaculou em uma mulher e o Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP), considerou a prisão desnecessária e o crime foi enquadrado no artigo 61 da lei de contravenção penal que diz: "importunar alguém em local público de modo ofensivo ao pudor" e foi considerado de menor potencial ofensivo.

Pode-se considerar que este comportamento é reflexo da abordagem midiática, que valoriza mais a repercussão da notícia e as relações morais do que o respeito à legislação, até porque não há na formação de jornalistas um apreço pela abordagem focada em direitos humanos (VIANNA, 2010, p. 2).

Voltando à pesquisa do Instituto Patrícia Galvão sobre a abordagem da imprensa sobre a violência contra as mulheres, um dos fatores apontados como problemática é a cobertura individualizada dos casos, isto é, fatos ou histórias que retratadas de forma que facilitem o entendimento de questões complexas por parte do leitor. Contudo, ressalta o desequilíbrio entre o foco das matérias, que se limita ao individual – caso pessoal e/ou familiar –, e a dimensão pública do problema, que exige respostas de diferentes instâncias do Estado – Executivo, Judiciário, Ministério Público – e da própria sociedade.

Em 80% das matérias analisadas, não são apresentadas denúncias, a legislação existente, como a Lei Maria da Penha, acordos e convenções internacionais cujo Estado brasileiro é signatário, nem as causas, muito menos soluções para o problema. As tratativas da imprensa para com a mulher não levam em consideração a violência contra as mulheres como um fenômeno complexo, multidimensional, e que, portanto, requer políticas públicas amplas e articuladas nas diferentes esferas, como educação, trabalho, saúde, segurança pública e assistência social.

Outras características encontradas no trabalho jornalístico foram pouca voz dada a ativistas de movimentos sociais e especialistas da área acadêmica; rara menção a tipos de violência como a lesbofobia e a violência contra mulheres negras; ausência do agressor como foco central da notícia – como este se comporta frente à agressão, diante dos filhos, o que tem sido feito para deixarem de praticar tal crime, ou seja, penalizado –; os casos de impunidade; os desafios encontrados por profissionais de Direito e da Justiça na implementação da Lei Maria da Penha; as dificuldades das mulheres em denunciar nos serviços especializados. Ressaltando

outra grande omissão: 96% das matérias não mencionam os serviços de denúncia ou atendimento existentes para a mulher vítima de violência, como o Ligue 180 e Delegacias de Mulheres.

A “romantização da informação”, uns dos principais problemas neste contexto, é uma das mais evidentes amostras da inversão de papéis entre vítima e agressor. Em 2008, um dos casos de maior repercussão nacional, é um exemplo clássico do uso de amenidades para justificar a violência. Trata-se do caso de Eloá Cristina Pimentel, 15 anos, que foi mantida em cárcere privado por cinco dias, sob constante ameaça e violência, pelo seu namorado Lindemberg Alves, e depois assassinada com dois tiros em seu apartamento.

As cem horas em que ela ficou presa foram transmitidas por diversos canais da tevê aberta, em tempo real, com ar de filme de ação. Do caso nasceu o documentário “Quem matou Eloá?”, de Livia Perez, cuja proposta da obra é discutir a naturalização da violência contra a mulher e a abordagem da mídia televisiva. Em entrevista à Carta Capital, em outubro de 2016, a diretora diz que sua principal motivação ao realizar o documentário foi justamente "o fato de que em nenhum momento da intensa cobertura midiática do crime se utilizou a expressão "violência contra a mulher" apesar de estarmos diante de um caso clássico deste tipo de crime e de o Brasil ser um dos países líderes em feminicídio no mundo" (PEREZ, 2016).

Em primeiro lugar, o crime não deveria ter sido noticiado, pois esta é normalmente a conduta em casos de sequestro: o crime só é noticiado após a resolução, a fim de evitar qualquer tipo de interferência. A imprensa não só noticiou como explorou intensamente o sequestro na ânsia de conseguir um furo. Praticamente todas as tevês abertas e os principais jornais do estado entrevistaram o sequestrador durante o crime. Alguns deles o fizeram ao vivo com jornalistas e repórteres se posicionando como negociadores. Além disso, houve uma postura muito machista por parte da imprensa que enalteceu a personalidade do criminoso e romantizou o tipo de crime que era praticado naquele momento. A atuação da imprensa foi abusiva pois o feminicídio é um problema muito sério no Brasil que é o quinto país que mais mata mulheres no mundo e apesar da imprensa explorar intensamente o crime não o discutiu de forma séria. Isso é um problema principalmente no caso das tevês abertas que se tratam de concessões públicas (PEREZ, 2016).

É importante notar que, tanto as autoridades quanto os meios de comunicação, agiram de forma a desculpar o criminoso, minimizando suas ações e tratando-o como um jovem trabalhador em crise amorosa. Isso não deveria apagar o fato de que estava cometendo um crime para impor sua vontade à ex-namorada. Para tanto, a revista perguntou à Perez sobre a romantização, onde parte da mídia chamou o caso de "crime de amor" ou de "caso passionai". Em sua perspectiva, Perez diz que

Esta é a abordagem mais perversa que se pode dar para este tipo de crime. Nós, mulheres, estamos pedindo a revisão desta trágica expressão, assim como "crime de honra", desde a época do assassinato de Ângela Diniz nos anos 1970. É muito nocivo quando tevês abertas, que são concessões públicas e, portanto, falam a milhões de brasileiros, retratam este tipo de crime muito frequente no Brasil desta forma. É como se legitimassem o assassinato de milhares de mulheres que acontece no país em nome do "ciúme", da "dor de amor" e da "honra" dos homens (PEREZ, 2016).

Na entrevista, Perez também cita um caso mais recente, em julho de 2017, em que uma adolescente foi vítima de estupro coletivo no Rio de Janeiro, os veículos de comunicação tentaram dar a notícia como um "suposto crime" quando, na verdade, os próprios criminosos já haviam postado na internet fotos e provas que os incriminavam. A audiência reagiu na internet pedindo que se reconhecesse o crime como tal e não apenas como suposto.

De acordo com o Instituto Gutenberg<sup>18</sup>, crítico independente da mídia, a obrigação da imprensa é fiscalizar governo, juízes, artistas, empresários, políticos etc., porém, a imprensa só não fiscaliza a própria imprensa. Este papel tem sido exercido com frequência, e tomado força, pelo próprio público, via internet, em especial as redes sociais, sendo o principal "regulador" da imprensa quanto às tratativas da mulher (e de diversos outros assuntos).

De acordo com o jornalista Nelson Breve, Secretário de Imprensa da Presidência da República, em entrevista ao portal iG<sup>19</sup>, a função do jornalista é retratar a realidade com imparcialidade e totalmente livre de pré-conceitos.

---

<sup>18</sup>Disponível em: <http://www.igutenberg.org/>. Acesso em 30/10/2017

<sup>19</sup> Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/73137/a+sociedade+nao+quer+o+jornalista+militante+quer+o+jornalista+neutro+diz+nelson+breve>. Acesso em 30/10/2017.

A sociedade não quer o jornalista militante, quer o jornalista neutro, que retrate uma situação a partir de seus vários ângulos, a partir de seus vários pontos de vista, para que o cidadão, aí sim, diante da informação descontaminada de pontos de vista, possa formar sua opinião (BREVE, 2017).

E a sociedade tem percebido a sua importância ao cobrar um desempenho adequado da imprensa, considerada o quarto poder da nação. A cidadania do século XXI requer um grau de conhecimento onde indivíduo saiba ler os produtos de mídia e que seja capaz de questionar suas estratégias e se fere os direitos humanos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos neste trabalho que empoderar mulheres e promover a equidade de gênero em todas as atividades sociais e econômicas são garantias para o efetivo fortalecimento e desenvolvimento do nosso país e do mundo, não apenas por uma questão de direito, como também pela mais pura necessidade.

As mulheres, ao longo da história, usaram de muita imaginação, criatividade e luta para terem seus direitos garantidos dentro de uma sociedade misógina, paternalista, machista e retrógrada. Mulheres são esteios, mas não esteio no sentido que esta mesma sociedade insiste em fazê-la, querendo deixá-las segregadas em seus lares e ditando quais atividades devem exercer ou pensar. São os esteios que protegem a sociedade da ignorância e do desafeto humano.

Vimos, também, que a imprensa, apesar de ser o quarto poder da nação, caminha a passos de formiga para o que seria o ideal nas tratativas sobre a mulher, em todos os âmbitos. O setor que tem o poder derrubar presidentes, articular a política, manipular o público e direcionar a economia encontra-se desinteressado pelas causas da mulher, com grandes ressalvas das próprias mulheres que tentam, a todo custo, salvarem o que resta da imparcialidade e da equiponderância, qualidades que fazem parte da essência fundamental do jornalismo.

Seria injusto, já nesta parte final, não citar Patrícia Galvão, a Pagu, mesmo que o seu legado tenha permeado todo este trabalho. Artista, jornalista e ativista presa por mais cinquenta vezes durante a ditadura militar, buscava, a todo fôlego, mostrar às mulheres e aos homens que o caminho da liberdade e do desenvolvimento estava no conhecimento, na leitura. “A tarefa essencial de uma cidade que cultua a inteligência, de uma cidade que aspira a uma posição, é a de manter e cultivar o gosto pela leitura”, dizia.

Pagu, ainda, defendia veementemente o acesso à cultura, acesso este que a mídia é capaz de fornecer massivamente. A mídia, como um todo, é o meio que as mulheres tanto precisam para conquistar seus direitos de equidade, inclusive de suas tratativas sociais. Quando a própria imprensa e a mídia de forma geral mudarem a forma como tratam as mulheres, pouco a pouco doutrinará toda a sociedade.

A transformação está acontecendo, lentamente, mas está. Enquanto isso, o feminismo, os estudos acadêmicos e os projetos de conteúdo direcionados se fazem

presentes e necessários para a desmistificação do conceito mulher na sociedade. Este trabalho em conjunto contribui de forma relevante para a qualificação da cobertura jornalística sobre questões críticas para as mulheres brasileiras, a fim de influenciar o debate público, demandar respostas do Estado, promover mudanças na sociedade e na própria mídia.

Um maior investimento da imprensa em reportagens, entrevistas com especialistas, artigos de opinião e editoriais ajudaria no entendimento das razões que levam à violência de gênero, até porque a mídia é um espaço de debate e também de pressão, podendo ajudar a melhorar os serviços de atendimento às mulheres vítimas de violência, no cumprimento da Lei Maria da Penha e em uma mudança cultural.

Esta discussão se faz ainda mais presente, pois a desigualdade entre homens e mulheres medida pelo Fórum Econômico Mundial (WEF) aumentou em 2017, no Brasil e em todo o mundo, o primeiro recuo desde que a medição começou, em 2006. O índice de igualdade global de gênero é baseado em dados de acesso saúde e sobrevivência, participação e oportunidade econômica, realização educacional, e empoderamento político. O resultado foi atribuído pela entidade à diminuição da igualdade na economia e na política. O Brasil caiu nove posições, ficando em 90º.

Cem anos depois da conquista do voto, o Brasil amarga a 153ª posição no ranking da Inter-Parliamentary Union (IPU) de participação feminina no parlamento entre os 185 países listados, atrás de países como Serra Leoa, Somália, Iraque e Afeganistão.

Estes não são apenas números, são a prova da falta de protagonismo feminino no Brasil. Por traz deles estão as representatividades da fantasia e da vida real, onde atrizes negras que só representam personagens de empregadas domésticas, escravas, moradoras da favela; estão as mulheres-objeto das propagandas de cerveja e, também, as mulheres que não alcançam cargos de liderança, não recebem salários condizentes com suas funções, que são estupradas, violentadas e mortas todos os dias apenas por serem mulheres.

Esta reflexão se faz necessária e justa à contemporaneidade. É um olhar social e provocativo para futuros desdobramentos de discussões acadêmicas acerca do assunto, sejam elas sociais, comunicacionais ou políticas, porém, que sejam discutidas exaustivamente.

Pagu, que nunca se calou até mesmo depois de sua morte, antes de morrer, pediu para que lhe desabotoassem a gola, pois precisava respirar (FREIRE, 2008). Até o seu último minuto, Pagu buscava fôlego para questionar. A gola fora afrouxada, não apenas para Patrícia Galvão, como para todas as mulheres. E, agora, elas gritam.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Laís. **A situação da mulher latino-americana.** O mercado de trabalho no contexto da reestruturação. Mulher e Trabalho Experiências de ação afirmativa S.P, Boitempo Editorial, abril de 2000. Disponível em: [www.fase.org.br/proposta/99-89/Lais.PDF](http://www.fase.org.br/proposta/99-89/Lais.PDF). Acesso em 8 de setembro de 2017.

ABREU, Maria Zina Gonçalves de. **Luta das Mulheres pelo Direito de Voto.** Movimentos sufragistas na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos. Arquipélago – Revista da Universidade dos Açores. Ponto Delgada, 2ª série, VI, 2002.

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **“Nós deveríamos todos ser feministas”.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fyOubzfkjXE> / Publicado em 2014. Acesso em: 14 de setembro de 2017.

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas.** São Paulo, Companhia das Letras, 2014.

ALVES, Branca Moreira. **Ideologia e feminismo:** a luta pelo voto no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1980.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica:** História da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

BAUMGARDNER, Jennifer; RICHARDS, Amy. **Manifestos:** mulheres, feminismo e futuro, 2000.

BEAUVOIR, Simone de. **A Força das Coisas.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1965.

BEAUVOIR, Simone de. **Balanço Final.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1972.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo.** São Paulo: Nova Fronteira, 2010.

BELMIRO, D. M. M.; DE PAULA, L. G. C.; LAURINDO P. F. A.; VIANA, P. M. F.; **Empoderamento ou Objetificação:** Um estudo da imagem feminina construída

pelas campanhas publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava. Poços de Caldas, MG. Intercom, 2015.

BRUSCHINI, Cristina. LOMBARDI, Maria Rosa. **A Bi-Polaridade do Trabalho Feminino no Brasil: O Emprego Doméstico e as “Novas” Ocupações.** Mulher e Ocupação, 1999.

BUITONI, Dulcília Scheoeder. **Imprensa Feminina.** São Paulo, 1986, Monografia/Livro - Nacional.

FARIA, Nalu & NOBRE, Miriam. **Gênero e desigualdade.** São Paulo : Sempreviva Organização Feminista, 1997.

FREIRE, Tereza. **Dos Escombros de Pagu - um Recorte Biográfico de Patrícia Galvão.** Editora Senac, São Paulo, 2008.

GOLDMAN, Wendy. **Mulher, Estado e Revolução.** Edições Iskra, 1994.

HAHNER, June E. **Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850-1940.** Tradução de Eliane Lisboa. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

HOOKS, Bell. **Compreendendo o patriarcado.** Disponível em:

<https://transformativa.wordpress.com/2017/06/21/compreendendo-o-patriarcado-bell-hooks>. Acesso em 7 de setembro de 2017.

INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO. **Dossiê sobre as violências contra as mulheres.**

Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/sobre-as-violencias-contra-a-mulher/>. Acesso em 15 de setembro de 2017.

IZUMINO, Wânia Pasinato. **Justiça e violência contra a mulher: o papel do sistema judiciário na solução dos conflitos de gênero.** 2ed. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2004.

KARAWEJCZYK, Mônica. **As filhas de Eva querem votar.** Dos primórdios da questão à conquista do sufrágio feminino no Brasil. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

LEONE, E. T.; BALTAR, P. E. A. Diferenças de rendimento do trabalho de homens e mulheres com educação superior nas metrópoles. *Revista Brasileira de Estudos da População*, v. 23, p. 355-367, 2006.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MAIA, Katy; LIRA, Sachiko Araki. A mulher no mercado de trabalho. IPEA, 1996. Disponível em: [www.ipea.gov.br/seminarios/artigo11](http://www.ipea.gov.br/seminarios/artigo11). Acesso em: 20 de agosto de 2017.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo** – a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècie**. São Paulo: Scritta, 1993.

MARX, Karl. **A ideologia alemã** (Feuerbach). São Paulo: Hucitec, 1993.

MATTOS, Sérgio. **Mídia controlada**: a história da censura no Brasil e no mundo. São Paulo: Paulus, 2005

MELO, Jacira. **Representações das mulheres nas propagandas na TV**. Instituto Patrícia Galvão, 2013.

MORAES, Walfrido. **Medalha do mérito Ranulfo Oliveira**. Salvador: P\$A, 2005.

NASCIMENTO FILHO, Carlos. **Entrevista concedida ao Programa “De frente com Gabi”**. Disponível em: <http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/entrevistas>. Acesso em 23 de setembro de 2017.

PEDRO, Joana Maria; WOITOWICK, Karina Janz. **O Movimento Feminista durante a ditadura militar no Brasil e no Chile**: conjugando as lutas pela democracia política como direito ao corpo. *Dossiê gênero, feminismo e ditaduras*, 2009.

PEREZ, Livia. Quem matou Eloá? **Carta Capital**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/quem-matou-elo-a-a-midia-e-a-violencia-contra-a-mulher>. Acesso em 20 de outubro de 2017.

PERROT, Michelle. **História das Mulheres no Ocidente**. Unicamp, 1994.

RIBEIRO, José Hamilton. **Jornalistas: 1937 a 1997:** História da Imprensa de São Paulo vista pelos que batalham laudas (terminais), câmera e microfones. São Paulo, Imprensa Oficial do Estado, 1998.

SEGATO, Rita Laura. **Que és un feminicídio.** Notas para un debate emergente. Brasília: UnB, 2003.

SILVA, Carlos A. F.; SILVA, Michele T. C. **A dimensão socioespacial do ciberespaço: uma nota.** Disponível em: <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/geografia/0007.html>. Acesso em 23 de setembro de 2017.

TEIXEIRA, Adriano. C.; BRANDÃO, Edmilson. J. R. **Internet e democratização do conhecimento:** repensando o processo de exclusão social. Disponível em: [http://www.cinted.ufrgs.br/renote/fev2003/artigos/adriano\\_internet.pdf](http://www.cinted.ufrgs.br/renote/fev2003/artigos/adriano_internet.pdf). Acesso em: 23 de setembro de 2017.

VIANNA, Cynthia Semíramis Machado. **Da imagem da mulher imposta pela mídia como um violão dos direitos humanos,** 2013. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/direito/article/view/6991>. Acesso em 20 de outubro de 2017.

VIANNA, Cynthia Semíramis Machado. **O caso Eloá:** Análise da abordagem de feminicídio na mídia, 2010. Disponível em: [http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278299010\\_ARQUIVO\\_semiramis-eloafeminicidio.pdf](http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278299010_ARQUIVO_semiramis-eloafeminicidio.pdf). Acesso em 15 de outubro de 2017.

VIVARTA, Veet. **Imprensa e agenda de direitos das mulheres:** uma análise das tendências da cobertura jornalística. ANDI; Instituto Patrícia Galvão. Brasília: 2011.