

# O MOVIMENTO FEMINISTA CONTEMPORÂNEO E SUA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA: UMA ANÁLISE DO PORTAL GLOBO.COM<sup>1</sup>

MOURA, Thalita Albano Duarte<sup>2</sup>  
LEAL, Maria de Jesus Daiane Rufino<sup>3</sup>

## RESUMO

Os meios de comunicação são essenciais no processo de legitimação dos movimentos sociais. Na dinâmica cotidiana, a elaboração de capital simbólico perpassa pela contribuição da mídia para a constituição de quais temas são socialmente discutidos. Nesta perspectiva, este estudo teve como problema compreender qual a representação feita pelos sites do Portal Globo.com sobre o movimento feminista. O método usado foi a Análise de Conteúdo aplicado em textos jornalísticos. A pesquisa demonstrou que o feminismo é retratado de forma insipiente pelo veículo e, essencialmente, ou através de artigos de opinião de articulistas ou, principalmente, através do noticiário sobre celebridades.

**Palavras-chave:** Feminismo, representação, mídia.

## INTRODUÇÃO

Sendo responsável pela mediação social entre fatos e público e pela propulsão das discussões na sociedade, a mídia tem um papel crucial na legitimação dos atores sociais e dos movimentos que reúnem interesses de grupos. Neste início de século XXI, onde já somam 3,2 bilhões de pessoas com acesso à internet no mundo e no Brasil são 81,5 milhões que acessam a rede mundial de computadores, quando se fala em mídia não se pode deixar de perceber o lugar da internet que se tornou uma das grandes responsáveis pela elaboração de falas sociais e de modificação de culturas.

Conforme a dinâmica das sociedades, muitos temas encerram-se no processo histórico, mas muitos outros se perenizam ao longo da história com adaptações aos cenários atuais. O feminismo é um destes exemplos, surgido no século XIX sob inspirações iluministas, o movimento persiste no século XXI com outros desafios.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Jornalismo do INTERCOM JR., evento componente do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 07 a 09 de Julho de 2016.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação da Universidade Estadual do Piauí. Picos-PI. thalita.albano@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestra em Comunicação, professora da Universidade Estadual do Piauí e orientadora do trabalho. Teresina – PI. daianeuespi@gmail.com. Graduanda em Comunicação da Universidade Estadual do Piauí. Picos-PI. thalita.albano@hotmail.com

Neste novo cenário para o feminismo, o papel da mídia para o movimento deve ser analisado e compreendido. Pois os veículos de comunicação caminham ajudando a elaborar as representações e influenciam nos direcionamentos futuros deste e de outros movimentos e reivindicações sociais.

Nesta perspectiva, discute-se neste artigo o que se tem falado sobre feminismo atualmente e qual a representação feita pela mídia deste movimento? Tem-se como base de pesquisa, os textos veiculados no Portal Globo.com nos meses de novembro e dezembro de 2015 e janeiro e fevereiro de 2016. O período da amostra contempla a atualidade do que foi veiculado. O meio de comunicação analisado, o Portal Globo.com foi selecionado por ser, segundo o ranking de sites brasileiros divulgados pelo Alexa (2016), o portal de notícias mais acessado do Brasil. O Globo.com é o primeiro entre os sites de notícias e o quinto entre todos os sites do mundo em acesso no país. Os quatro primeiros são: Google português, Facebook.com, Youtube.com e Google inglês.

O portal Globo.com reúne 14 sites do grupo Globo: G1 (com sites internos de todos os estados brasileiros e mais sites dos programas da TV Globo); Globo Esporte (com páginas dos programas de esporte da emissora, campeonatos esportivos e sobre esportes específicos); Gshow (com páginas das novelas e outros programas de entretenimento da Rede Globo); Famosos e etc (reúne páginas de notícias sobre famosos da tv e do cinema, além de sites de canais pagos do grupo como o GNT, Multishow, Telecine e Viva); Grupo Globo (site com informações sobre a empresa); Editora Globo (reúne os sites das revistas do grupo, 18 no total); Infoglobo (páginas dos jornais O Globo e Extra); Globosat (páginas dos canais de tv paga); Sistema Globo de Rádio (páginas das emissoras de rádio do grupo); Globo Filmes; Som Livre e Zap Imóveis.

Para a discussão sobre a representatividade midiática do tema feminismo, foram analisados textos jornalísticos selecionados a partir do sistema de busca do Portal Globo.com inserindo-se a palavra “feminismo”. O resultado constou de 16 textos que continham a palavra ou no título ou no corpo do texto veiculado nos sites: [revistamarieclaire.globo.com](http://revistamarieclaire.globo.com); [epoca.globo.com](http://epoca.globo.com); [oglobo.globo.com](http://oglobo.globo.com); [extra.globo.com](http://extra.globo.com); [revistapegn.globo.com](http://revistapegn.globo.com); [g1.globo.com](http://g1.globo.com); [revistaglamour.globo.com](http://revistaglamour.globo.com); [ego.globo.com](http://ego.globo.com).

O estudo trata-se de uma pesquisa exploratória com elementos qualitativos e quantitativos. A pesquisa qualitativa permitiu a descrição do objeto e a discussão teórica sobre ele, assim como sua relação com as questões sociais implicadas. Os dados quantitativos foram obtidos através da técnica de análise de conteúdo.

A análise de conteúdo é uma técnica tradicional dos estudos quantitativos, mas passível de ser usada como complemento para os estudos qualitativos. Neste caso, a técnica permitiu a aquisição de informações descritivas do objeto.

A técnica surgiu com Harold Laswell, em 1927, embora o método já fosse aplicado em outras áreas das ciências sociais, principalmente na sociologia alemã de Max Weber. Para Laswell (1927; 1936 apud HERSCOVITZ, 2008, p.124), “a análise de conteúdo descrevia com objetividade e precisão o que era dito sobre um determinado tema, num determinado lugar num determinado espaço”. Segundo Bardin (1977, p.115) a análise de conteúdo funda-se na frequência de aparição de certos elementos da mensagem. A técnica oferece “[...] dados descritivos através de um método estatístico. Graças a um desconto sistemático esta é mais exata, visto que a observação é mais bem controlada”.

A aplicação prática da técnica consistiu inicialmente na categorização dos elementos do texto através de uma ficha de análise que continha os seguintes elementos: assunto central; assuntos secundários; personagens citados (aqueles de quem o texto falava); personagens com fala (aqueles em que a opinião foi transcrita no texto); descrição resumida do conteúdo; formato do texto (se notícia, artigo ou entrevista); situação geográfica do assunto (se o fato retratado era de âmbito internacional, nacional ou estadual); os recursos adicionais além do texto (se áudio, vídeo e/ou fotografia) e o número de comentários (sobre a participação dos internautas).

Os resultados quantificados desta análise foram interpretados com base nos pressupostos teóricos dos estudos sobre cultura, sociedade, movimentos sociais e mídia.

## **O MOVIMENTO SOCIAL FEMINISTA**

Os movimentos sociais são resultado das demandas de grupos específicos ou de amplos grupos que buscam seu espaço na sociedade e, portanto, lutam por emancipação seja econômica e/ou política. Estão imersos numa conjuntura de disputas de poder

social que perpassa a afirmação de suas categorias. Por toda a história da civilização humana, os seres sociais buscam conquistas de direitos e alterações de suas situações no cenário de desigualdades que se tem configurado todas as organizações sociais desde sempre.

As necessidades destes grupos vão se alterando ao longo do tempo, conforme a dinâmica social e conforme as próprias conquistas anteriores.

Na Sociologia Acadêmica o termo ‘movimentos sociais’ surgiu com Lorenz Von Stein, por volta de 1840, quando este defende a necessidade de uma ciência da sociedade que se dedicasse ao estudo dos movimentos sociais, tais como do movimento proletário francês e do comunismo e socialismo emergentes.

Segundo os estudos de Gohn (2000) depois dos anos 60 do século XX o surgimento de novas modalidades de movimentos sociais, como o movimento de mulheres, estudantes, pela paz, contra a guerra, meio ambiente contribuíram para que novos olhares fossem lançados sobre a problemática. A partir deste período Gohn destaca três teóricos nesta área de estudos denominados ‘Novos Movimentos Sociais’: Alain Touraine, Alberto Melucci e Claus Offe.

Alain Touraine trabalha com a perspectiva sociocultural nos estudos sobre os movimentos sociais. Para ele os movimentos sociais são objetos de análise da sociologia e são “os mais importantes comportamentos coletivos”. (1978 apud SHERER-WARREN, 1989, p.90).

Os movimentos sociais são ações coletivas que se desenvolvem sob a forma de lutas ao redor do potencial institucional de um modelo cultural, num dado tipo de sociedade. Assim os conflitos sociais entre os atores devem ser entendidos em termos normativos e culturais. (TOURINE, 1965 apud GOHN, 2000, pág. 149).

Alberto Melucci analisa os movimentos sociais sob a ótica do psicossocial. Para ele a identidade coletiva é a expressão máxima, os Novos Movimentos Sociais são menos formas e mais conjunto de representações significativas. Diferente do paradigma marxista, onde os ideários de uma classe movem as ações e as lutas, para Melucci são as características cotidianas e os interesses particulares comuns que mobilizam a formação dos novos movimentos. (1976 apud GOHN, 2000).

Claus Offe se utiliza da concepção marxista clássica de ideologia como processo de formação de consciência. Com análise sobre os movimentos sociais na área política, Offe detecta novas formas de expressão da vontade política ao redor de problemas da vida cotidiana e da construção da identidade de novos atores sociais a partir do aumento de ideologias e de atitudes que levam as pessoas a servir-se cada vez mais do repertório dos direitos democráticos existentes. (1983 apud GOHN, 2000, pág. 165).

Nesta pesquisa trabalhou-se com a abordagem do sociólogo francês Touraine sobre os movimentos sociais. Para o autor o caráter dos movimentos sociais mudou com a história das sociedades e “Hoje é no campo da cultura que se formam as principais contestações”. (1978 apud SHERER-WARREN, 1989, p. 93).

[...] expressam, em cada momento, as formas históricas de opressão, de miséria, de injustiça, de desigualdade, etc. Mas expressam também o dever, através de sua crítica, de suas formas de contestação, de suas lutas na busca de novas alternativas, para o comendo de uma nova historicidade. (1978 apud SHERER-WARREN, 1989, p. 94).

Touraine (1989) considera que o novo modelo de movimento social que se formou a partir da década de 60, que não é estático, mas sim dinâmico, conforme o cenário cultural não tem mais o papel de ator principal das transformações sociais, mas de agentes de pressões sociais.

Nesta nova perspectiva de abordagem, os movimentos sociais são limitados, aparecem como atores sociais importantes na contestação do Estado e na mobilização social, mas são fragmentados.

Os conceitos sobre movimentos sociais com base nas teorias de Habermas vão ao encontro das definições de Touraine com relação à essência cultural das relações na sociedade civil e na formação dos movimentos sociais, assim como seu caráter de participação na esfera pública.

Habermas conceituou a vida cotidiana como ‘o mundo da vida’ que tem três componentes estruturais distintos: a cultura, a sociedade e a personalidade. Com base nas ideias de Habermas, que vê os movimentos sociais como fatores dinâmicos na criação e expansão dos espaços públicos da sociedade civil, Arato e Cohen (1994 apud GOHN, 2000, p 138) definiram os movimentos sociais como processos de identidades culturais que se aglomeram para agir em prol do social.

A partir dos anos 60 os movimentos sociais deixam de ser representantes de classes para representarem interesses de indivíduos que se juntaram em coletivos com identidades culturais semelhantes. Gonh (2000) considera que é a partir deste período que os movimentos sociais passam a usar a mídia para sensibilizar a opinião pública para suas bandeiras.

Eles usam a mídia e as atividades de protestos para mobilizar a opinião pública a seu favor, como forma de pressão sobre os órgãos e políticas estatais. Por meio de ações diretas, buscam promover mudanças nos valores dominantes e alterar situações de discriminação, principalmente dentro de instituições da própria sociedade civil. (GONH, 2000, p. 125).

A mudança do eixo econômico para patamar mais cultural fez com que os novos movimentos sejam mais descentralizados, menos hierárquicos, mais abertos, embora as lideranças continuem a ter importante papel nestes movimentos.

Com o movimento feminista observam-se grandes mudanças ao longo da história e no presente a reafirmação de sua importância diante de novas demandas. O movimento já reivindicou desde práticas cotidianas como o vestir calças ou biquínis aos direitos políticos como o de votar em eleições. Na atualidade vive um processo bem aberto com relação à participação de seus integrantes, que muitas vezes não estão organizados institucionalmente, mas que defendem a igualdade de direitos entre homens e mulheres em plataformas distintas daquelas da década de 60 do século XX. As mídias sociais é um destes espaços mais frequentemente utilizados.

E estas mídias tem sido um lugar importante de disseminação das bandeiras feministas e também de contradição por parte de outros, numa seara de discussão relevante. Já nos grandes meios de comunicação, nos veículos que atingem um elevado número de pessoas como a televisão, o rádio e os grandes portais de notícias o debate ainda é escasso e insuficiente.

O próprio termo “feminismo” passa atualmente por um processo de ressignificação, porque, assim como outros movimentos, está relacionado à dinâmica social e ao processo cultural, do qual os veículos de comunicação são integrantes. Os conceitos mais perenes apresentam o feminismo como um movimento social, filosófico e político que defende, antes de tudo, o direito de igualdade entre homens e mulheres na sociedade.

Branca Moreira e Jacqueline Pitanguy (1981, p.07) destacam que: “é difícil estabelecer uma definição precisa do que seja feminismo, pois este termo traduz todo um processo que tem raízes no passado, que se constrói no cotidiano, e que não tem um ponto predeterminado de chegada”.

O embrião do movimento feminista começou a ganhar forma na Europa – seio de grandes ideias revolucionárias –, no século XIX, mas acabou eclodindo por muitos outros países – como Estados Unidos e alguns países da América Latina – mobilizando mulheres do mundo todo. Contudo, a “estreia” principal desse movimento se deu especificamente no ano de 1848, na Convenção dos Direitos da Mulher realizada em Nova Iorque. Foi justamente nesse período que o movimento feminista começou a se popularizar no mundo ocidental, questionando o poder social, político e econômico desempenhado e monopolizado pelos homens.

O primeiro momento desse movimento teve seu auge na luta das mulheres pelo sufrágio universal, ou seja, pelo direito ao voto; a princípio foi caracterizado como sendo um movimento de cunho conservador, pois fazia grande referência ao questionamento da divisão sexual dos papéis exercidos entre homem e mulher, e reforçavam esses papéis na medida em que utilizavam ideias e representações das virtudes maternas e domésticas como justificativa para suas necessidades. Segundo Molyneux:

As mulheres aceitaram o princípio da diferença sexual, mas o rejeitaram como fundamento para a discriminação injustificada. As líderes dos movimentos de mulheres criticaram seu tratamento diante da lei e impugnam os termos de sua exclusão social e política, mas o fizeram de forma que reconheciam a importância do seu papel na família, um argumento que foi utilizado tanto pelas feministas quanto pelos estados, ainda que com fins distintos (MOLYNEUX, 2003, p. 79).

A segunda grande onda do movimento feminista surgiu como consequência do processo de modernização pelo qual o mundo estava passando e que tinha como resultado, uma maior incorporação das mulheres no mercado de trabalho e no sistema educacional. Esta parte do movimento está associada às ideias e ações dos movimentos de liberação feminina, iniciados ainda na década de 1960, e que tinha como luta principal, a igualdade jurídica e social das mulheres.

A terceira e última fase do movimento feminista iniciou no século XX, especificamente na década de 1990, e pode ser considerado como uma continuação do movimento anterior, objetivando evitar definições essencialistas que se baseava nas experiências das mulheres brancas norte-americanas e britânicas da classe média-alta. Essa fase do feminismo desafiou todos os paradigmas, colocando em discussão “aquilo que é considerado melhor para as mulheres”. As questões principais, defendidas por todas as mulheres contrárias a essas definições, são relativas à cultura, sociedade, política da cor e participação da mulher negra na sociedade. O debate sobre o feminismo da diferença, pautado na diferença entre os sexos, foi outra questão fortemente debatida.

No Brasil, assim como em vários países latino-americanos, o movimento feminista começou a tomar corpo na primeira metade do século XIX, através da imprensa feminina, principal veículo de divulgação das ideias feministas naquele momento. Assim como em outros tempos e lugares, a estrutura familiar e social das pessoas que moravam no Brasil era totalmente baseada na figura do homem, que exercia sobre a companheira e sobre os filhos uma espécie de regime patriarcal. As primeiras manifestações do feminismo no país desafiaram as classes conservadoras da época e começaram a romper com o padrão imposto, como destaca ALVAREZ:

O movimento feminista, apesar de inserir-se no movimento mais amplo de mulheres, distingue-se por defender os interesses de gênero das mulheres, por questionar os sistemas culturais e políticos construídos a partir dos papéis de gênero historicamente atribuídos às mulheres, pela definição da sua autonomia em relação a outros movimentos, organizações e ao Estado, e pelo princípio organizativo da horizontalidade, isto é, da não-existência de esferas de decisões hierarquizadas. (ÁLVAREZ, 1990, p. 23).

Segundo pesquisas, o movimento feminista brasileiro não aconteceu de forma isolada, homogênea e alheia ao contexto mundial. Antes de tudo, esse movimento esteve intimamente ligado com os movimentos feministas ocorrentes no mundo, em especial, os latino-americanos. Há quem diga, nos dias de hoje, que o movimento feminista se deu por encerrado. Ao contrário, o feminismo, enquanto movimento social existente no século XXI, sempre esteve vivo, mobilizado e atuante. Todavia, pode sim ter mudado o “visual”, mas nunca abandonou suas lutas ou perdeu a sua radicalidade. Nunca se acomodou diante das conquistas obtidas.

Ainda no século XIX, as mulheres brasileiras que compunham a produção social, representavam boa parte da força de trabalho existente e ocupavam cada vez mais as indústrias. Com a vinda de imigrantes espanhóis e italianos para o Brasil e com o avanço cada vez mais rápido do feminismo, as mulheres deixavam-se influenciar pelas ideias anarquistas e socialistas trazidas por esses povos e nesse mesmo século, já era possível ver inúmeras mulheres engajadas em lutas sindicais, buscando melhores salários e melhores condições de trabalho, além de combaterem arduamente as discriminações e abusos a que estavam submetidas por sua condição de gênero. Segundo VALDÉS E MOLYNEUX,

Na primeira década do século XX, existiam organizações feministas socialistas, anarquistas e liberais em vários países da América Latina. Na maioria desses países, os processos de organização das mulheres ocorreram simultaneamente ao processo de organização das classes populares, fortemente influenciadas pelo pensamento socialista e anarquista de caráter internacional (VALDÉS, 2000; MOLYNEUX, 2003).

O movimento feminista atualmente tem como bandeiras principais, no Brasil, o combate à violência doméstica — que atinge níveis elevados no país — e o combate à discriminação no trabalho. Também se dá importância ao estudo de gênero e da contribuição, até hoje um tanto esquecida, das mulheres nos diversos movimentos históricos e culturais do país. A legalização do aborto (que atualmente só é permitido em condições excepcionais) e a adoção de estilos de vida independente são metas de alguns grupos. As feministas afirmam que sua luta não tem por objetivo destruir tradições ou a família, mas alterar a concepção de que “lugar de mulher é em casa, cuidando dos filhos”. O compromisso dos movimentos feministas é pôr fim à dominação masculina e à estrutura patriarcal. Com isso, acreditam, garantirão a igualdade de direitos.

## **A REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DO SOCIAL**

Quando se fala sobre movimentos que buscam mudanças de comportamento da sociedade ou uma evolução em termos de conscientização social a fim de garantir direitos de igualdade, como é o caso do movimento feminista, é crucial imbuir nesta problemática, o papel preponderante dos meios de comunicação nesta trajetória de conscientização social ou de permanência de comportamentos que impedem a igualdade social, como a cultura machista, por exemplo.

A questão permeia, portanto, a seara da vida social, dos direitos legalmente constituídos e, principalmente, da cultura. Walter Lippman (2008, p.40) no clássico *Opinião Pública*, com primeira edição da década de 20 do século XX, ainda no contexto de preponderância dos jornais impressos, analisou inteligentemente a relação do conceito de sociedade e do que é aceitável socialmente e o papel dos meios de comunicação.

A sociedade aparece em Lippman como “[...] um tipo de coisa que corresponde a sua ideia do que é normal, ou o tipo de coisa que corresponde a sua ideia do que é livre. Ambas as ideias são meramente opiniões públicas”. A *Opinião Pública* é fator determinante para a própria constituição da sociedade, enquanto que os meios de comunicação atuam como contribuintes na formação das ideias do que é normal e do que é livre, ou seja, da própria noção de ‘normalidade’ para uma comunidade.

No contexto deste início de século, onde se tem uma multiplicidade de meios de comunicação e uma amplitude de seu acesso. Além dos jornais impressos, o rádio, a televisão e a internet estão presentes minuto a minuto na vida das pessoas e os assuntos gerados nestes meios são replicados e resignificados a partir das experiências pessoais e culturais das audiências.

O mundo passa por uma revolução em termos de comunicação. Como bem descreveu McLuhan (1997), os meios de comunicação são extensões do homem. A mobilidade da internet nos smartphones é um exemplo mais claro deste conceito.

Se por um lado, a internet tem permitido uma alteração significativa do sentido de fluxo de comunicação, que agora não é somente unilateral, mas sim, multilateral, onde as pessoas podem produzir conteúdo e opinar sobre os demais. Por outro lado, mesmo no campo da internet, vê-se no Brasil, uma permanência de hegemonia da grande audiência para as grandes e poucas empresas de comunicação do país. As páginas de notícias mais acessadas na internet pelos brasileiros são, depois do Globo.com (Grupo Globo): Msn.com (Microsoft); Uol.com.br (Grupo Folha); Yahoo.com (Google).

Portanto, os tradicionais conglomerados de mídia do país são bastante lidos também na rede mundial de computadores, ampliando o seu poder de influência em tempos de comunicação virtual.

Este ‘palco’ da pós-modernidade, que são os meios de comunicação, virtuais ou não, é um espaço importante para a constituição e conquistas dos movimentos sociais. Polistchut e Trinta (2003) afirmam que a mídia se declara representante e intérprete da opinião pública. Com este poder e da forma como se apresenta, a mídia toma para si a função de porta voz das mais diversas expressões sociais, incluindo-se aqui a dos movimentos sociais.

Assim como a ‘crise de identidade’, Barbero (2001) diz que as sociedades vivem ‘a crise da representação’, e os meios de comunicação estão abrindo espaço para o surgimento de manifestações diferentes de cultura e de comportamento social, como é o caso do movimento feminista, que vem criando novas formas de atuação, principalmente através das redes sociais.

Nesta pesquisa usa-se o conceito de representações sociais de Durkheim (apud BAUER, 1996), que as entende como representações coletivas. Os estereótipos, por exemplo, seria uma representação coletiva, quando um grupo grande de pessoas constitui uma imagem do que seja uma determinada identidade. Nesta análise sobre o feminismo, os movimentos sociais aparecem como uma representação coletiva de um determinado grupo de pessoas.

Aplicam-se ainda nesta pesquisa os conceitos de representações sociais de Spink (1995), que entende representações sociais como modalidade de conhecimento prático orientado para a compreensão do mundo e para a comunicação; representações sociais como elaborações de sujeitos sociais sobre objetos socialmente valorizados.

Para Spink (1995) os conteúdos que circulam na sociedade podem ter sua origem tanto em produções culturais mais remotas, constituintes do imaginário social, quanto em produções locais e atuais e o indivíduo é sempre uma entidade social e, conseqüentemente, um símbolo vivo do grupo que ele representa.

Na dinâmica social não adiante somente a existência dos grupos ou um movimento através dos indivíduos que o representam. A legitimação social perpassa

pela existência pública que só se concretiza com a participação ampliada do processo de comunicação mediado pelas tecnologias. Compreender o papel dos meios de comunicação neste processo é essencial para entender a própria constituição das representações sociais.

Embora a influência das mídias sociais tenha se tornado ampla na última década, a cobertura jornalística das grandes empresas de comunicação ainda tem papel decisivo para a representatividade pública. Discutir a representação midiática do feminismo contemporâneo através da análise sobre a cobertura jornalística do principal portal de notícias do país permite compreender sobre como o movimento tem sido retratado e o que chega sobre o feminismo até o grande público.

## **O FEMINISMO NO PORTAL GLOBO.COM**

O feminismo é um assunto pouco presente nas coberturas jornalísticas dos sites vinculados ao portal Globo.com. O tema aparece, na maioria das vezes, associado a outro acontecimento ou a fala de alguma personalidade pública da área artística. Como se fosse uma pauta consequente e não a motivação primeira daquele trabalho jornalístico.

No período de quatro meses, considerando um universo de 14 sites e dezenas de páginas virtuais, a palavra “feminismo” somente foi citada em 16 textos. O tema apareceu mais no site do jornal O Globo, com três textos do formato notícia<sup>4</sup> e dois textos do formato artigo de opinião, cinco no total. Seguido pelos sites Revista Época (uma entrevista e uma notícia); jornal Extra (um artigo de opinião e uma entrevista); G1 (duas notícias); Ego (duas notícias). Com uma notícia cada um os sites: revista Marie Claire, Revista Glamour e revista PEGN (Pequenas Empresas Grandes Negócios).

O assunto aparece na grande maioria das vezes atrelado ao noticiário sobre celebridades. Os textos mais presentes foram no formato de notícia (68,75%); 18,75% artigos e 12,5% entrevistas.

---

<sup>4</sup> Conforme MARQUES DE MELO (2010), notícia, assim como entrevista são formatos do gênero Informativo, com predomínio de informações. Artigo é um formato do gênero opinativo, onde prevalece à análise argumentativa sobre um ponto de vista de quem assina o texto.

Apesar do G1 abrigar sites de todos os estados brasileiros, na amostra só foi identificado um texto de cobertura no âmbito estadual: uma notícia sobre o Flores de Kahlo, evento sobre o feminismo realizado em Belém, estado do Pará. A maioria dos textos se refere a fatos de âmbito nacional (68,75%) ou internacional (25%).

O resultado mais emblemático deste estudo mostra que mais da metade da amostra ou 62,5% dos textos que retratam o feminismo nos sites do Globo.com tem como foco principal a ação ou acontecimento envolvendo as chamadas “celebridades”, ou como denominou Morin (1997) os “olimpianos”, os deuses fabricados pela mídia.

Como a notícia veiculada no site da Revista Marie Claire sobre um post feito em seu facebook pela atriz norte-americana Emma Watson, contendo o vídeo da entrevista feita por ela com a vencedora do Nobel da paz Malala Yousafza. A notícia trata de descrever trechos da entrevista onde a entrevistada fala de feminismo.

Na revista *Época* a notícia foi sobre o uso de uma camiseta feminista contendo a frase: “The future is female”, pela modelo inglesa Cara Delevingne e por sua namorada, Annie Clark. No site do jornal O Globo, uma notícia sobre o pedido de desculpas em redes sociais proferido pelo músico Kassin, após ser vaiado em um de seus shows por utilizar a palavra feminismo, incluindo esta a uma lista de coisas ruins, na sua percepção.

Outros textos trataram de repercutir postagem de pessoas públicas nas redes sociais, como a manifestação da diretora do Facebook Sheryl Sandberg, onde esta compartilha uma foto de uma das reuniões do grupo, elogiando e dando reconhecimento ao trabalho das empreendedoras brasileiras Lênia Luz e Mayra Castro e faz referência ao feminismo.

O feminismo apareceu ainda na Revista Glamour em notícia sobre o lançamento de um livro que abordará o feminismo e o empoderamento feminino escrito pela atriz internacional Emma Watson. No portal G1, o feminismo apareceu através da fala do cineasta e ativista pela igualdade de gênero, Jackson Katz, que falou sobre o feminismo e o combate a violência sexual e o sexismo.

As celebridades nacionais também citaram o feminismo em suas entrevistas. No site do jornal Extra, as humoristas da rede Globo Veronica DeBom, Dadá Coelho e

Mariana Santos comentaram sobre feminismo e humor. No G1 uma reportagem sobre o trabalho do jornalista Guilherme Belarmino no programa Profissão Repórter dá destaque a uma edição sobre o feminismo. E o site de celebridades Ego veiculou duas notícias sobre as manifestações da atriz Fernanda Torres acerca do feminismo, repercutindo artigos publicados por ela no jornal Folha de São Paulo.

Os outros 37,5% dos textos trazem o feminismo como tema principal. Como a entrevista veiculada no site da revista Época com a historiadora Margareth Rago fazendo uma análise sobre o movimento feminista atual. A notícia sobre a incorporação do feminismo como matéria à grade curricular de uma escola, na Austrália, no site do jornal O Globo.

Outros textos retratam o feminismo através da opinião de articulistas em forma de artigos. O site do jornal Extra veiculou o relato da jornalista Nina Paduani sobre o feminismo e suas lutas diárias. O site do jornal O Globo veiculou no período dois artigos: um acerca do novo Feminismo e outro intitulado “Feminismo de Guerra” sobre a opressão feminina sofrida pelas mulheres, além da supersexualização do corpo feminino e o papel da mulher como objeto de prazer.

O papel dos articulistas é de extrema importância, pois ao comentarem sobre o “feminismo atual” ou o “novo feminismo” expõe ao grande público a existência e renovação do movimento no contexto mundial e brasileiro atual.

## **CONSIDERAÇÕES**

O feminismo apresentado pelos sites do portal Globo.com para à sociedade centra essencialmente no feminismo propagado por artistas. O tema existe vinculado à imagem de pessoas que possuem notoriedade pública. Nos exemplos da amostra o valor notícia está na personagem e não no tema feminismo.

O feminismo das ruas ou o feminismo do dia a dia não foi retratado pelos sites do Globo.com. Embora o feminismo, assim como outros movimentos vivos da sociedade estão presentes no cotidiano das pessoas comuns, a representatividade dele no mais visto portal de notícias do Brasil é o de um movimento de pouca expressividade.

Como os movimentos sociais precisam da representatividade pública mediada pela mídia para obter legitimação social, observa-se que, ao não ser apresentado, discutido ou pautado pelos grandes veículos de imprensa do país, o feminismo é prejudicado no seu processo de conscientização do público e de reconhecimento social.

No âmbito dos detentores da fala nos discursos sociais, na medida em que o discurso sobre o feminismo é propriedade essencialmente de celebridades, a mídia exclui deste processo as pessoas que militam mais profundamente a causa no cotidiano da sociedade.

A agenda midiática retrata o feminismo com mais intensidade nas datas comemorativas relativas ao Dia Internacional da Mulher – 8 de março. Este estudo mostrou que na cobertura corriqueira comum, a mídia só atenta para a questão quando uma motivação externa aparece, relegando muitas vezes à dinâmica que envolve a sociedade.

## REFERÊNCIAS

ÁVAREZ, Sonia. **Engendering democracy in Brasil: women's movements in transición politics**. Princeton: Princeton University Press, 1990.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

COSTA PINHEIRO, Ana Alice. **Avances y definiciones del movimiento feminista em Brasil**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Facultad de Ciências Políticas y sociales. México, 1981.

GOHN, M. Glória. **Teoria dos Movimentos Sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Edições Loyola, 2000, 2 ed.

HERSCOVITZ, Heloíza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; MENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4ª ed. Barcelona: Paidós, 1997

MOLYNEUX, Maxine. **Movimientos de mujeres en América Latina**. Un estudio teórico comparado. Madrid: Universidad de Valencia, 2003.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose.** (Tradução de Maura Ribeiro Sardinha). 1ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997

POLISTCHUT, Ilana; TRINTA, A. Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática social.** Pós modernidade e Meios de Comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SHERER-WARREN, Ilse. **Movimentos Sociais: um ensaio de interpretação sociológica.** Florianópolis: UFSC, 1989, 3 ed.

SPINK, Mary Jane. **Desvendando as Teorias Implícitas: uma Metodologia de Análises das Representações Sociais.** In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (orgs.). Textos em Representações Sociais. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 117 – 145.

VALDÉS, Teresa. De lo social a lo político. **La acción de las mujeres latino-americanas.** Santiago: Lom Ed., 2000.