



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE JORNALISMO

REPRESENTAÇÕES DA MULHER NA IMPRENSA FEMINISTA:
ANÁLISE DO DISCURSO DA *REVISTA MÁTRIA*

Beatriz Costa Ribeiro

Fortaleza
2013

BEATRIZ COSTA RIBEIRO

Representações da mulher na Imprensa Feminista:
Análise do Discurso da *Revista Matria*

FORTALEZA
2013

BEATRIZ COSTA RIBEIRO

Representações da mulher na Imprensa Feminista: Análise do Discurso da *Revista*
Mátria

Monografia apresentada ao Curso de
Jornalismo da Universidade Federal
do Ceará como requisito para a
obtenção do grau Bacharel em
Jornalismo sob a orientação da Prof.
Ms. Kamila Bossato Fernandes.

Fortaleza
2013

BEATRIZ COSTA RIBEIRO

Representações da mulher na Imprensa Feminista: Análise do Discurso da *Revista
Mátria*

Esta Monografia foi submetida ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada à Banca Examinadora:

Prof. Ms. Kamila Bossato Fernandes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Ms. Raimundo Nonato de Lima (Membro)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Membro)
Universidade Federal do Ceará

Fortaleza
2013

AGRADECIMENTOS

Marinheiro de primeira viagem se lança no mar sem saber com exatidão o que vai enfrentar e onde vai chegar. Mas, mesmo assim, vai. Vai porque é guiado por instrumentos de direção e porque é orientado por um capitão experiente. Continua sem desistir porque é curioso, é questionador, e também porque tem o incentivo sincero do flautim e da garrafa de rum, que não o deixam esmorecer quando o mar balança o barco. Durante os dois últimos semestres, o marinheiro fui eu. “Naveguei”, “naveguei” e, por fim, concluí este trabalho científico como o orgulho de uma jornada que, por hora, chegou ao fim. Mas não vim sozinha até aqui e não poderia deixar de agradecer à tripulação que fez essa pesquisa tomar rumo.

Agradeço aos meus pais, que, feito bússola, guiaram-me nos caminhos de uma vida inteira. Que me ensinaram que o conhecimento é a luz de um farol, a qual não devo perder de vista se quero fazer uma viagem segura. Ao Rogério, que, no comecinho da faculdade, notou meu interesse pelo feminismo e me apresentou o primeiro exemplar da Revista *Mátria*. À Olimpia, que, nos últimos meses, veio me incentivando a cada passo da pesquisa.

Agradeço à Kamila, minha orientadora. Mentora experiente em pesquisa acadêmica, que, paciente, solícita e bastante simpática, ajudou-me a traçar o mapa-guia desse trabalho e a seguir em frente em mar aberto. Quando o capitão se mostra seguro, o marujo segue confiante. Obrigada.

Agradeço também a quem esteve sempre por perto durante esses meses de execução da pesquisa. A quem incentivou diretamente, perguntando sobre o andamento, ajudando com uma ou outra dúvida gramatical, cobrando foco e dando bronca quando a dispersão era muita. E a quem me fez rir, quando ficava com medo de não conseguir concluir a tempo. A quem teve a paciência de ouvir lamúrias. A quem me tirou da frente do computador, para me fazer relaxar e endireitar os pensamentos. Obrigada, Eric, por quebrar, de vez em quando, meu fio de raciocínio só para mostrar vídeos bobos de gatos. Acredite: isso foi importante. Obrigada, Leonardo, pelos: “Tenha calma! Vai dar certo!”, pelo carinho e pelas tabelas no Excel que me ajudou a fazer. Obrigada, Hanna e Thyago, pelas conversas malucas que não me deixaram esquecer que, apesar de tanta formalidade e tanta hipocrisia nesse mundo, continuamos em busca de algo bom e bonito que ainda não encontramos, mas que está bem perto. Obrigada, Alissa, Camila, Gabriela, Kelviane, Thamires e Viviane, pelo apoio hilário, polêmico, carinhoso, conturbado, divertido e sincero. Vocês são mulheres fantásticas. Enfim, agradeço a todos que encheram meu convés de música e rum. A maresia corrói marujo que diz ser de metal.

Sem vocês, essa monografia não se concretizaria. Muito obrigada!

RESUMO

Vivemos num contexto social contraditório, no qual as mulheres, apesar de terem alcançado posições de maior importância no mercado de trabalho e na política, ainda convivem com a reminiscência de um sexismo de origem secular. Deparamo-nos diariamente com a imposição estética que "molda" e julga essas mulheres pela aparência; a responsabilização delas pelos trabalhos domésticos e cuidados à família, ainda que já tenham ingressado em postos de trabalho antes exclusivos aos homens; sua baixa presença em cargos políticos. Tais situações corriqueiras demonstram que há uma naturalização do subjugado do feminino. No sentido de reforçar resquícios da ordem social galgada em parâmetros masculinos, é criado e continuamente renovado um enorme aparato discursivo, difundido dia após dia. Um relevante componente desse aparato é o conteúdo divulgado no cotidiano da mídia. Nesta monografia, partimos do conceito de Representações Sociais, com destaque na perspectiva teatral de Erving Goffman, para discutirmos o papel dos meios de comunicação no reforço e no questionamento dos discursos que estereotipam e subjugam as mulheres como seres sociais. Partindo dos conceitos de gênero e feminismo, traçamos histórico e características da Imprensa Feminina e da Imprensa Feminista brasileiras. Então, aprofundamo-nos no objeto do estudo: a Revista *Mátria*, publicação sindical declaradamente feminista. Diferente de grande parte do jornalismo impresso de temática feminina, a *Mátria* se propõe a suscitar debates acerca da questão de gênero. Aplicando o aporte teórico e as ferramentas da Análise do Discurso sobre seus editoriais, observamos as formas como as mulheres são representadas na revista.

PALAVRAS-CHAVES: Representações Sociais. Imprensa Feminina. Imprensa Feminista. Análise do Discurso. Revista *Mátria*.

Sumário

Resumo	05
1. Introdução	07
2. Representação social do feminino	09
2.1. Representação social	09
2.1.1. O feminino representado.....	12
2.2. As raízes do feminismo no mundo e no Brasil	16
2.2.1. Questão de gênero no feminismo contemporâneo	17
3. Imprensa feminina e imprensa feminista	22
3.1. Papel social dos meios de comunicação.....	22
3.2. Jornalismo cidadão.....	30
3.3. Imprensa Feminina.....	35
3.4. Imprensa Feminista	41
3.5. Imprensa Feminina e Imprensa Feminista em diálogo	43
4. Análise dos editoriais da Revista Matria	46
4.1. Metodologia	46
4.2. Revista Matria – História e Contexto.....	46
4.3. Análise dos editoriais	48
4.3.1. Editorial de 2003.....	51
4.3.2. Editorial de 2004.....	54
4.3.3. Editorial de 2012.....	56
4.3.4. Editorial de 2013.....	61
5. Considerações Finais	66
Anexo A – Editorial da edição de 2003 da Revista Matria	69
Anexo B – Editorial da edição de 2004 da Revista Matria	70
Anexo C – Editorial da edição de 2012 da Revista Matria	71
Anexo C – Editorial da edição de 2013 da Revista Matria	72
Referências	73

1. Introdução

Ao longo da história humana, em diversas sociedades, com destaque na Ocidental, busca-se compreender as diferenças entre o homem e a mulher. Com o objetivo de estabelecer a divisão de trabalho e uma hierarquia social, geração após geração, vem-se criando, reinventando e desconstruindo conceitos que definam o que é, especificamente, ser mulher. Milhares de anos se passaram desde que a primeira mulher se pôs de pé, e centenas deles se foram desde que o primeiro pensador se dispôs a filosofar sobre o assunto, mas, ainda hoje, não se chegou a uma resposta absoluta. Galgado em pressupostos baseados na natureza biológica – que distingue a fêmea do macho humano por meio de características corpóreas que a concedem menor força física –, começou-se a construir um imenso aparato de caracterização feminina, resultado das tentativas de definição geral e universal não apenas do corpo anatômico mulher, mas da mulher como um ser componente da sociedade.

A base das tentativas de definição se deu, portanto, a partir da comparação com o seu “oposto”: o homem. Instalou-se, então, uma ordem social baseada em parâmetros masculinos, que foi evoluindo a partir do antigo princípio de que a segurança e a organização de um povo provêm do uso da força bruta. Desde então, vêm sendo “delegados” às mulheres papéis secundários na sociedade. Essa condição é, ainda nos dias de hoje, reforçada por representações discursivas do cotidiano. E, em alguns casos, também é questionada, visto que, depois de séculos de mobilização e luta de mulheres por igualdade de oportunidades, observam-se avanços no que diz respeito à atuação das mulheres nas diversas instâncias sociais.

No Brasil contemporâneo, houve alguns avanços alcançados pelas mulheres na luta pela igualdade de direitos e oportunidades. Mas, mesmo com isso, observa-se que nem de longe vivemos numa nação livre do sexismo. Ainda persiste, por exemplo, a diferença salarial entre homens e mulheres; o fato de a mulher, mesmo alcançando altos postos de trabalho, ainda ser responsabilizada quase exclusivamente pelos trabalhos domésticos e pelos cuidados com os filhos; a difusão de uma estética determinada por um modelo que leva a mulher a ser julgada cotidianamente por sua aparência, o que não acontece com os homens; a baixa presença feminina – desproporcional à quantidade de mulheres no país – em postos de poder político, como mandatos parlamentares, ministérios, mesmo depois de ter sido eleita a primeira mulher presidente.

Em revistas, programas de televisão, blogs temáticos e muitos outros veículos de comunicação, as mulheres se tornaram tema e público-alvo. Os meios de

comunicação integram o cotidiano da contínua construção, desconstrução e reconstrução das representações do feminino. Este trabalho, portanto, configura-se no campo das pesquisas em Comunicação, seguindo uma linha de estudos em Jornalismo, mais especificamente num Jornalismo articulado para veiculação impressa. Partindo dessa especificidade temática, focaremos no “multi-olhar” dado à temática de gênero e na construção discursiva da imprensa feminina e da imprensa feminista brasileiras.

Enfocaremos no estudo a Revista *Mátria*, publicação anual produzida pela Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE). Partindo de uma linha editorial declaradamente feminista, a revista se propõe a suscitar debates acerca da questão de gênero junto aos integrantes da classe profissional a qual a entidade que a produz representa e no ambiente em que circula: as escolas. Trazendo temas como a violência doméstica, o tráfico de pessoas, a participação das mulheres na política, na economia, nas expressões artísticas, a Revista *Mátria* objetiva questionar a persistência das desigualdades sociais entre mulheres e homens. Neste trabalho, partimos do seguinte questionamento: como as mulheres são representadas na *Mátria*? E essa maneira como elas são representadas condiz com a proposta da revista?

No primeiro capítulo, fazemos uma revisão bibliográfica estreitamente conectada à Sociologia e à Psicologia Social acerca dos questionamentos e conceitos de Representações Sociais, com ênfase na perspectiva teatral de Erving Goffman. Dentro dessa temática, aprofundamo-nos nas discussões sobre as representações do feminino. Acompanhamos também a linha histórica de evolução do Feminismo, desde suas raízes até o quadro contemporâneo de mobilização social e debates teóricos com foco na questão de gênero.

No segundo capítulo, apresentamos um aporte teórico mais voltado ao campo da Comunicação. Confrontamos definições acerca do papel social desenvolvido pela mídia, suscitando a questão da construção de discursos como estratégia inserida no processo comunicativo. Discutimos também o conceito de Jornalismo Cidadão, declaradamente engajado em questões sociais, fruto controverso do jornalismo tradicional da “objetividade”. E, por fim, apresentamos contexto histórico e características da Imprensa Feminina e da Imprensa Feminista brasileiras e mundiais, sem deixar de contemplar a relação entre ambas.

No terceiro capítulo, atemo-nos no objeto de estudo do trabalho: a Revista *Mátria*. Traçamos o perfil e o contexto de produção da revista, para aplicarmos o método Análise do Discurso nos editoriais das suas edições de 2003, 2004, 2012 e 2013.

2. Representação social do feminino

2.1. Representação social

As sociedades modernas são caracterizadas pelo pluralismo e pela rapidez com que ocorrem mudanças políticas, econômicas e culturais. Na vida cotidiana, nos deparamos com uma complexa gama de componentes sociais, cada qual desempenhando atividades referentes às posições, por exemplo, econômicas, profissionais, familiares e religiosas às quais pertencem. Deparamo-nos também com a nossa própria forma de pensar e nos comportar junto ao grupo social que não apenas nos rodeia: abrange-nos. Essas ininterruptas relações que se estabelecem entre o indivíduo e o contexto social em que este insere vêm sendo estudadas pela Sociologia e pela Psicologia Social.

Seguindo uma perspectiva teatral, Erving Goffman (1985) considera que a vida cotidiana em grupo é permeada por atores sociais, que se empenham em interagir com os outros, influenciando-se, de forma recíproca, sobre suas ações. Sabe-se que, como parceiros de interação, criamos uma imagem que fazemos de nós mesmos, uma que fazemos dos outros e uma que imaginamos que os outros fazem de nós. Numa espécie de jogo de representações, o indivíduo tende a utilizar do próprio discurso para se expressar e causar impressão no outro. Ruth Amossy (2008) insere o conceito de *ethos* para definir que “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si” (2008, p. 09). Consciente ou inconscientemente, o indivíduo, munido de crenças, estilo, competências linguísticas e saberes enciclopédicos, constrói uma apresentação de si que facilite a apreensão dos outros indivíduos quanto a uma ou mais posições sociais que ocupa ou almeja ocupar na sociedade. A complexidade dos resultados dessa “apresentação de si” configura-se como a interação entre o que Goffman chama de atores sociais.

As interações e tensões criativas entre os indivíduos dão origem à sociedade. Contrário à ideia de que sociedade é um conjunto meramente numérico de pessoas, o psicólogo social Robert Farr (2002) afirma que “O indivíduo tanto é um agente de mudança na sociedade como é um produto dessa sociedade” (p. 51). Os papéis sociais são construídos, desconstruídos, reconstruídos, enfim, vem “tomando formas” desde antes de nascermos. Viver em meio a pessoas, de modo a integrar a sociedade, pressupõe expressar-se representando esses papéis sociais – mais ou menos definidos histórica e contextualmente – sem deturpar fachadas que mantêm o relativo

equilíbrio interativo, isto é, sem causar constrangimentos significativos no que Goffman define como “equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelos indivíduos durante a representação” (1985, p. 29).

Para a pesquisadora Ângela Arruda (2002), uma “realidade” só pode ser construída com uma estreita parceria entre indivíduos e sociedade. Estudar as representações sociais é refletir

Sobre como os indivíduos, os grupos, os sujeitos sociais, constroem seu conhecimento a partir da sua inscrição social, cultural etc., por um lado, e, por outro, como a sociedade se dá a conhecer e constrói esse conhecimento com os indivíduos. (ARRUDA, 2002, p. 02).

Apesar disso, a autora frisa que a representação social “não é uma cópia nem um reflexo, uma imagem fotográfica da realidade: é uma tradução, uma versão desta” (ARRUDA, 2002, p. 08). É móvel, dinâmica, está em constante mutação, tal qual o que Goffman chamaria de “papel” que o ator social tenta representar cotidianamente com o mínimo de falhas possível.

A doutora em Psicologia Social Teresa Bruel dos Santos (2009) define as representações sociais como “estruturas de conhecimento, símbolos e afetos distribuídos entre as pessoas e os grupos sociais, e como um processo social que implica comunicação e discurso onde os significados e objetos sociais são construídos” (p. 01).

Comportamento, gestos, cor, gênero, idade, sotaques, classe social, tudo isso acaba por fazer parte do chamado “equipamento expressivo” – termo utilizado por Goffman (1985) – que nos leva a determinar que certas fachadas pessoais são “naturais” a determinados atores sociais. A representação social de cada indivíduo de um grupo – ou “equipe”, para Goffman (1985) – põe em prova a reputação do grupo como unidade. Falhas na representação de um papel podem causar rupturas em toda uma estrutura social originada da interação e imersão dos indivíduos no equipamento expressivo naturalizado. Teresa dos Santos define que

As representações sociais se institucionalizam em palavras, sentimentos e condutas; portanto, devem ser analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais. É importante entender as representações sociais a partir do contexto que as engendram e a partir de sua funcionalidade nas interações sociais. (2009, p. 01)

As representações sociais, embebidas em nosso universo cotidiano, cruzam-se, cristalizam-se e circulam, e vão, assim, definindo traços da cultura, da história e das identidades de um grupo de pessoas. Moscovici, em seu *Psicología de las Minorías Activas* (1981), afirma que é a partir dessa interação que as pessoas “aprendem os acontecimentos do meio ambiente, as informações, o conhecimento do ‘senso comum’”

(MOSCOVICI, 1981 *apud.* SANTOS, 2009, p. 02). Ao passo que cultura, história, comunicação, linguagem, inserção socioeconômica, institucional, ideológica e identidades são produzidas pelas representações sociais, também são fatores de produção/gênese/ruptura destas. Pierre Bourdieu (1999), em sua obra *A Dominação Masculina*, comenta que essa ordem cotidiana estabelecida carrega relações de dominação, embebida de uma série de “direitos e imunidades, privilégios e injustiças” (1999, p.07) que se perpetuam facilmente, fazendo com que “condições de existência das mais intoleráveis possam permanentemente ser vistas como naturais” (idem).

As representações sociais cotidianas constroem, portanto, a realidade e possibilitam tanto o desenvolvimento do ambiente social em que vivemos quanto o das identidades pessoais. Stuart Hall (2005), em sua obra *A Identidade cultural na Pós-Modernidade*, trata do termo também numa perspectiva sociológica. Assim como os papéis, os atores e os grupos sociais, as identidades estão inscritas num contexto histórico marcado pela interação entre os indivíduos. Entre sociólogos e psicólogos sociais, não há um consenso quanto ao conceito do termo “identidade”, mas Hall tenta esboçar uma definição quando diz que as identidades surgem de nosso “pertencimento” – ou sentimento de “pertencer” – a culturas étnicas, religiosas, nacionais, linguísticas, etc. (HALL, 2005, p. 08).

A complexidade da interação entre indivíduos e grupos em conjuntura pós-moderna, marcada pela multiplicidade de aparatos representativos – meios de comunicação e sistemas culturais em geral –, desenhou um teia de identidades que se emaranha em nós. A dinâmica social e a fragmentação da “paisagem cultural” de sexualidade, classe, gênero, etnia, nacionalidade fazem com que nos deparemos a identidades por vezes até mesmo contraditórias, multiplicando os papéis sociais que representamos e, ao mesmo tempo, ameaçando a ideia de hierarquia pétrea da estrutura social.

Mesmo diante do que Hall chama de “crise das identidades pós-modernas”¹, pode-se perceber a perseverança de determinados equipamentos expressivos como mantenedores de dados papéis sociais. Teresa dos Santos (2009) vê essa “perseverança” como a lógica intergrupala que suscita a transmissão de valores que determinam e

¹ Segundo Hall, a discussão da questão da identidade cai, na teoria social, no argumento de que “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo pós-moderno, até então visto como um sujeito unificado” (2005, p.07). Eis, então, a chamada “crise de identidade”, que desloca as estruturas e processos centrais das sociedades modernas.

mantém uma ordem hegemônica a se propagar através da história. Esses valores podem se passar por indiscutíveis, à medida que aderimos a papéis a nós resignados por um ou mais grupos sociais dominantes. Segundo Erving Goffman (1985), o conjunto de princípios interiorizados acaba por guiar de forma inconsciente a nossa conduta. Nascemos “individuais”, adquirimos caráter e nos socializamos. Durante esse processo dinâmico e ininterrupto, o indivíduo social passa a colecionar um conjunto de disposições duráveis que o levam a representar sincera ou cinicamente o(s) papel(is) que lhe(s) é(são) dado(s) e, ao mesmo tempo, ao(s) qual(is) assume.

2.1.1. O feminino representado

Falamos, até agora, de como indivíduos e grupos sociais interagem a fim de interpretar e assegurar papéis que, historicamente, consolidam-se numa estrutura social hierarquizada. A sociologia e psicologia social, deparando-se com a multiplicidade de papéis e identidades que os atores sociais tendem a assumir na vida cotidiana, passaram a focar estudos em segmentos específicos – grupos, “equipes”, segundo Goffman (1985) – da estrutura social, nunca objetivando removê-los de um contexto mais amplo, mas sim os analisando como parte influente de uma conjuntura dinâmica de interações sociais. Foquemos agora em discussões acerca da gênese, transmissão, manutenção e, por fim, transgressão de aparatos expressivos da representação do feminino no “palco” do cotidiano.

Goffman, em sua perspectiva dramaturgicada da realidade cotidiana, considera que cada indivíduo tem como plateia tanto o próprio grupo ao qual, consciente ou inconscientemente, integra, quanto uma gama de outros grupos e atores, que o observam e influenciam na consolidação de valores e atitudes incorporadas. A mulher, dessa forma, depara-se com um vasto equipamento expressivo padronizado ao qual adere durante a representação de si como mulher perante uma plateia que monitora e pune seus “deslizes”.

Fatores biológicos, vestuário, atitudes, omissões e ambiente físico que ocupa são considerados na manutenção da fachada representacional incorporada pelo ator social de sexo feminino. Durante séculos, a prática da modéstia, o desprezo à expressão de riqueza, intelecto e capacidade foram alguns dos fatores naturalizados às mulheres, isto é, através da transmissão cultural contextualizada, certos comportamentos são designados como comuns ao feminino, como atitudes que devem ser seguidas por todas as mulheres que desejem pertencer ao grupo.

Esses fatores expressivos padronizados precedem o nascimento de uma menina num hospital da capital do Ceará, por exemplo. Ao se iniciar na interação social da vida cotidiana, a menina vai notando – muitas vezes de forma inconsciente – que uma determinada fachada já foi traçada para o papel que deve assumir. Ser filha, ser mãe, ser esposa, ser empregada, ser amante é uma questão de captar e bem representar as características do papel predeterminado. Goffman (1985) atribui isso ao que considera uma idealização de um papel social. Expressar padrões ideais de feminilidade é uma questão de manter a impressão de infalibilidade, escondendo possíveis ações não compatíveis ao papel padronizado às mulheres e agindo como se tivessem aceito, desde sempre, certas obrigações morais.

Falar em padronização e naturalização dos papéis sociais femininos não significa analisar a fachada de filha, esposa, mãe, amante como se fosse algo fixo, inalterado no decorrer da história humana. Impossível considerar que uma empresária brasileira de meia idade, em pleno século XXI, assume as mesmas características comportamentais e sociais e se confronta com as mesmas identidades que uma jovem aborígine sul-africana do início da evolução humana. Segundo Goffman, “uma representação é ‘socializada’, moldada e modificada para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada” (1985, p. 40). O conjunto dinâmico contexto-grupo-plateia-indivíduo é que define a posição moral ocupada pelo ser feminino na vida cotidiana.

A representação do feminino é permeada de padrões de constituição social. São padrões binários, que separam “aquilo que é de homem” e “aquilo que é de mulher”. A necessidade intra e intergrupar de absolver e prever o comportamento de um indivíduo desconhecido leva os observadores – ou a “plateia”, para Goffman – a utilizarem de experiências anteriores, para, a partir da conduta e da aparência do tal indivíduo “estranho”, encaixá-los em padrões sociais designados aos seus semelhantes. Estereótipos não comprovados de gênero se consolidam dessa forma.

Pierre Bourdieu (1999) designa a construção social estereotípica naturalizada à “socialização de aparências biológicas” e à “biologização do social” (1999, p.09), isto é, relaciona a incorporação de esquemas de contemplação de estruturas históricas masculinas à construção social dos corpos, conseqüentemente, à divisão dos sexos. Segundo ele, “A diferença biológica entre os sexos, isto é, entre o corpo masculino e o corpo feminino, (...) pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os *gêneros*” (1999, p.20). Seguindo essa

lógica, todo o aparato estereotipado dos princípios do “ser homem” e “ser mulher” se manifesta a partir das “maneiras permanentes de se servir do corpo, ou de manter a postura, que são como que a realização, ou melhor, a naturalização de uma ética” (BOURDIEU, 1999, p.38).

Os estereótipos de gênero, que se encaixam no que Goffman define por fachadas e equipamento expressivo padronizado, são vistos pela pesquisadora Érica Antunes Pereira (2012) como um conjunto de rituais ligados diretamente à personalidade de cada uma das mulheres. Para Pereira, esses “rituais” suscitam violência e conceitos de beleza e vaidade que variam de acordo com o deleite masculino. Essa padronização moral “imprime-se desde cedo, pela pedagogia familiar do Ocidente, nos cotidianos das meninas e dos meninos, respectivamente” (2012, p.14).

Segundo Teresa dos Santos, essa padronização de condutas na representação do feminino tem origem em preceitos linguísticos, religiosos, culturais como um todo e contribui para perpetuar “a condição inferior que se atribui às mulheres na família, no trabalho e na sociedade.” (2009, p.06).

Segundo a perspectiva representacional de Goffman,

O que parece ser exigido do indivíduo é que aprenda um número suficiente de formas de expressão para ser capaz de ‘preencher’ e dirigir mais ou menos qualquer papel que provavelmente lhe seja dado. (1985, p. 73)

No caso das mulheres, são-lhes determinados vários papéis a interpretar – na família, no mercado de trabalho, na política e em diversas outras instituições sociais – e elas, muitas vezes pressionadas pelo anteriormente comentado princípio da infalibilidade, devem se mostrar capazes de representá-los. Referindo-se ao termo utilizado por Goffman (1985, p.58), a “burocratização do espírito”, espera-se que as mulheres inspirem confiança – para si e para toda a sociedade – de executar uma representação sempre homogênea e resignada.

A definição social binária de homem e mulher delinea comportamentos que passam a ser considerados como próprios de cada mulher e de cada homem. Para Teresa dos Santos (2009), essa distribuição de papéis “não se limita a estabelecer uma diferenciação binária entre essas categorias sociais senão que estabelece, também, uma diferença assimétrica entre elas” (2009, p.03). Segundo a autora, desigualdade, opressão e discriminação calçam o poder de dominação e posição privilegiada do masculino, o que é expresso num sistema tradicionalmente excludente, fundamentado num aparato ideológico que potencializa a ideia de que a mulher é inferior ao homem. (p.03).

Transmitidos e reforçados pelos sistemas culturais de interação, valores “padronizados” passam a ser vistos como definitivos. Os indivíduos, mulheres ou homens, crianças ou adultos, tendem a incorporá-los. Segundo Goffman, “na medida em que uma representação ressalta os valores definitivos comuns da sociedade em que se processa, podemos considerá-la como uma cerimônia, um rejuvenescimento e reafirmação expressivos dos valores morais da comunidade” (1985, p.41). É errôneo, portanto, atribuir apenas aos sistemas culturais de representação – comunicação, cinema, artes – o papel de reforço de estereótipos de gênero, haja vista que, mesmo inconscientemente, cada indivíduo e cada grupo incorpora certos valores dominantes.

Teresa dos Santos entende

Que a triangulação: a) representações sociais acerca do feminino e do masculino, b) papéis atribuídos aos sexos e os c) estereótipos sexistas, assumem um papel indispensável no momento de formar universos de opinião, crenças e atitudes compartilhadas que justificam e fixam as relações desiguais entre homens e mulheres. (2009, p.04)

Em seu *Identidade Cultural na Pós-Modernidade*, Stuart Hall (2005), citando Foucault², fala do desenvolvimento de algo que chama de “poder disciplinar”. Instituições relativamente novas – escolas, prisões, clínicas, quartéis – tendem a regular, isto é, governar populações inteiras, ao passo que também vigiam as condutas individuais relacionadas ao corpo, à sexualidade, a vida familiar. Compreendendo que a histórica naturalização da superioridade masculina rege a administração das instituições do “poder disciplinar”, pode-se interpretar que há uma vigia institucional da aplicação moral desses valores e o estímulo à docilidade feminina.

Érica Antunes Pereira aponta saídas teóricas para a desnaturalização de parâmetros masculinos que delimitam a representação do feminino – em suas múltiplas identidades – na sociedade. Segundo a autora, são atitudes a serem adotadas com urgência a recusa aos padrões discursivos de opressão masculina e a adesão ao discurso de valorização e respeito aos papéis da mulher, como mãe, trabalhadora, estudante, ser pensante, enfim, atriz social. Pereira fala em “recusar verdades universais como o ‘sujeito da história’, o ‘eterno feminino’ ou a ‘essência feminina’, denominações que se confundiam com a Natureza ou tornavam as mulheres aprisionadas no espaço doméstico e nas tarefas femininas tradicionais” (2012, p.02).

A dinâmica da representação social na vida cotidiana, porém, – embebida num contexto, como já foi suscitado – pode oferecer remotas condições práticas de

² FOUCAULT, M. **Discipline and Punish**. Londres: Allen Lane, 1975.

aplicação da resolução teórica apresentada pela autora, visto que falar em modificar discursos é sugerir alterar o cerne do aparato expressivo e ideológico que define os papéis dos homens e os papéis das mulheres. Apesar disso, vimos que essas definições representativas não são fixas. Elas se modificam no decorrer das interações sociais e vêm sendo discutidas, pensadas e contestadas por correntes filosóficas e movimentos sociais. Um deles – quando falamos de desigualdade de gêneros – é o feminismo.

2.2. As raízes do feminismo no mundo e no Brasil

Ao longo da história, viu-se mulheres serem tachadas – e serem tratadas como – moedas de troca, itens de luxo e até bruxas endiabradas. Não é de hoje que essas personagens se insatisfazem com alguns papéis sociais aos quais "são delegadas". O movimento feminista começou a se organizar no intuito de pensar a participação social feminina e, mais enfaticamente, as formas de participação social negadas às mulheres.

Nas últimas décadas do século XIX, na Inglaterra e na França, as mulheres começaram a se organizar na luta por seus direitos como cidadãs, começando pelo direito ao voto. Foi a chamada primeira onda do Feminismo. No Brasil, o movimento começou a tomar forma em meados de 1910, também entorno de questões sulfragistas e trabalhistas. Num segundo momento, o feminismo no mundo e no Brasil passou a focar nas relações de poder entre homens e mulheres. A década de 60, embebida num contexto de movimentos revolucionários³, trouxe críticas relacionadas a questões de identidade.

O feminismo aparece como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo. (PINTO, 2010, p. 16)

O feminismo moderno, engendrado em meados dos anos 80, começou a se aproximar de questões multi-identitárias na defesa dos direitos das mulheres. Passa-se a considerar que debater temas como direito ao trabalho, violência, igualdade no casamento, sexualidade, direito à saúde materno-infantil, direito à terra, opções sexuais e luta contra o racismo se torna algo menos abstrato e menos genérico quando se observa as mulheres dentro de contextos próprios e incluídas em diversos grupos

³ Nos EUA, o movimento hippie lança o lema "Paz e Amor" sobre os que faziam a Guerra do Vietnã; Na França, movimentos estudantis punham em xeque a ordem trabalhista e acadêmica, no "Maio de 68"; No Brasil, esquerdistas reuniam-se contra os desmandos da Ditadura Militar instaurada em 64.

econômicos, geográficos, culturais, étnicos e etários.

2.2.1. Questão de gênero no feminismo contemporâneo

A questão que vem sendo amplamente discutida pelo feminismo contemporâneo é a noção de gênero e sua influência na compreensão das relações de poder instauradas na sociedade. Segundo Joan Scott, historiadora feminista, em seu artigo *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*,

O termo ‘gênero’ faz parte da tentativa das feministas contemporâneas para reivindicar um certo terreno de definição, para sublinhar a incapacidade das teorias existentes para explicar as persistentes desigualdades entre as mulheres e os homens. (1995, p.16)

Sendo o conceito de gênero baseado nas diferenças entre os sexos, a autora afirma que é “um primeiro modo de dar significado às relações de poder” (1995, p. 17).

Ao lado de noções como classe e etnia, a discussão feminista acerca de gênero revela o interesse do movimento em si, assim como, em visão mais ampla, da historiografia geral no discurso dos “oprimidos” e na tentativa de compreender as desigualdades sociais a partir de um olhar específico nas múltiplas conexões entre homens e mulheres, durante todo o curso da história humana. Em concordância com Scott, Amílcar Torrão Filho, em seu artigo *Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam*, atribui à problematização das relações de gênero a possibilidade de “lançar luz sobre a história das mulheres, mas também a dos homens, das relações entre homens e mulheres, dos homens entre si e igualmente das mulheres entre si, além de propiciar um campo fértil de análise das hierarquias sociais” (2005, p.03).

Apesar de apresentar-se como uma questão-base do fomento de discussões feministas e sociais, o conceito de gênero não tem definição pétrea. Pelo contrário: é tema tão controverso que chega a fazer com que autores(as)/pensadores(as) feministas se contradigam entre si. De fato, o feminismo é um movimento social e uma corrente filosófica que trata de construir a teoria e, ao mesmo tempo, formular a crítica desta. O conceito de gênero surgiu com a intenção de desvincular as relações de dominação masculina da ordem estritamente biológica, isto é, as características sexuais do homem e da mulher – como estrutura física, resistência, força – não são os únicos responsáveis pela referida “ordem” social. As relações de gênero teriam origens mais vinculadas a contextos sócio-culturais amplos, o que aparentemente permite a construção do gênero livre da estabilidade binária do sexo.

Judith Butler (2010) questiona a completa independência da construção de

gênero quanto ao dualismo biológico-sexual. A sociedade é permeada de representações simbólicas, que são expressas por doutrinas religiosas, políticas, educacionais e midiáticas. A pesquisadora crê numa relação mimética não-intencional entre gênero e sexo, partindo do pensamento de que os discursos invocados pelas doutrinas sociais são capazes de naturalizar uma série de construtos essencialmente ligados ao sexo – por exemplo, a ideia dual homem-masculino *versus* mulher-feminina –, inserindo-lhes diretamente na trama cultural de interesses políticos. Partindo disso, Butler questiona o caráter imutável da biologia dos sexos: “talvez o próprio construto chamado ‘sexo’ seja tão culturalmente construído quanto o gênero” (2010, p. 25). Judith Butler conclui a crítica à independência dos conceitos “gênero” e “sexo” afirmando que

(...) o gênero não está para a cultura como o sexo para a natureza; ele também é o meio discursivo/cultural pelo qual a ‘natureza sexuada’ ou ‘um sexo natural’ é produzido e estabelecido como ‘pré-discursivo’, anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra *sobre a qual* age a cultura. (BUTLER, 2010, p. 25)

Dialoga com essa ideia o sociólogo Pierre Bourdieu, em sua obra *A Dominação Masculina* (1999), quando observa que, por exemplo, a divisão sexual do trabalho e o contínuo adestramento dos corpos masculino e – sobretudo – feminino são forças ou práticas que legitimam “uma relação de dominação, inscrevendo-as em uma natureza biológica que são, por sua vez, elas próprias construções sociais naturalizadas” (1999, p. 33).

Partindo dessa premissa, o sociólogo discute a incorporação da dominação masculina pela sociedade. Essa dominação parte da socialização, ou melhor, da naturalização social das diferenças entre os gêneros. Trata-se de uma construção diacrítica do *habitus*⁴ viril e do *habitus* feminino, trabalhando o corpo – isto é, as características sexuais biológicas – numa ação pedagógica expressa de forma mais ou menos explícita.

Ela é, em sua maior parte, o efeito automático, e sem agente, de uma ordem física e social inteiramente organizada segundo o princípio de divisão androcêntrico (o que explica a enorme força de pressão que ela exerce). Inscrita nas coisas, a ordem masculina se inscreve também nos corpos através de injunções tácitas, implícitas nas rotinas da divisão do trabalho ou dos rituais coletivos ou privados (...). (BOURDIEU, 1999, p. 34)

⁴ Bourdieu trabalha com o conceito de *habitus* em várias de suas obras, como, por exemplo, em *La distinction; critique social du jugement* (1979), *Le sens pratique* (1980) e *Questões de sociologia* (1983). Também em *A Dominação Masculina* (1999), obra mais próxima a presente pesquisa, o autor também resgata a definição, quando afirma que os “gêneros” são *habitus* sexuados. Ele defende que “As aparências biológicas e os efeitos, bem reais, que um longo trabalho coletivo de socialização do biológico e de biologização do social produziu nos corpos e nas mentes conjugam-se para inverter a relação entre as causas e os efeitos e fazer ver uma construção social naturalizada” (BOURDIEU, 2010, p.09).

Observa-se que parte da crítica feminista às relações de gênero aponta para a naturalização da oposição masculino-feminino ou “de homem”-“de mulher” como um reforço, contínuo e quase ingênuo em sua perpetuação, da hierarquia social androcêntrica. Jane Flax (1992) comenta que “as relações de gênero têm sido (mais) definidas e (precarosamente) controladas por um de seus aspectos inter-relacionados - o homem.” (1992, p. 228). É como se o conceito que, inicial e utopicamente, se dispunha a distanciar o binarismo sexual acabasse girando entorno exatamente da distinção ética, corporal e comportamental construídas para cada qual dos gêneros. Bourdieu fala sobre uma

(...) série de operações de diferenciação visando a destacar em cada agente, homem ou mulher, os signos exteriores mais imediatamente conformes à definição social de sua distinção sexual, ou a estimular as práticas que convêm a seu sexo, proibindo ou desencorajando as condutas impróprias, sobretudo na relação com o outro sexo. (BOURDIEU, 1999, p. 35)

Ainda dentro da discussão de gênero, pensadores(as) feministas, face à força das práticas e discursos que perpetuam a chamada dominação masculina, chegaram a constatar que só há um gênero, o feminino. E que é ele que vem sendo questionado, pensado e problematizado. O masculino vem sendo inculcado como um estado/posição universal, não problemático. “A representação androcêntrica da reprodução biológica e da reprodução social se vê investida da objetividade do senso comum, visto como senso prático” (BOURDIEU, 1999, p.45). Também, para outros, às mulheres cabe reproduzirem o esquema de pensamento originado da incorporação social das relações de poder.

Ao suscitar essa diferenciação do masculino e do feminino, o debate feminista contemporâneo entra na questão-chave: quem é, de fato, o sujeito político do feminismo? Sobre qual e para qual mulher esse movimento social e filosófico fala? Ou seria mais adequado tratar de “mulheres”, assim no plural? A pesquisadora Sônia Maluf observa uma persistente discussão feminista no sentido de tentar compreender

O lugar político/teórico do sujeito no campo feminista – e sobretudo mais recentemente o lugar da teorização e da conceitualização discursiva no interior do movimento sobre quem são seus próprios sujeitos e quais são os lugares políticos qualificados e qualificadores do discurso feminista; e os modos como esses sujeitos e subjetividades vêm sendo constituídos no interior do movimento, ou seja, os regimes políticos de subjetivação no interior do movimento. (MALUF, 2007, p.02)

Como exposto anteriormente, em meados da década de 1980 o movimento feminista passou a se organizar entorno da garantia dos direitos multi-identitários da mulher (PINTO, 2010). Concatenada a essa linha de análise, Maluf observa que, a partir

de então, o feminismo passou a se organizar em torno de certas categorias de representação: a categoria “mulher”, suprema e geral, subdivide-se em categorias identitárias “menores” – menos gerais, pode-se dizer –, como, por exemplo, a negra, a trabalhadora, a lésbica. O problema, em primeiro lugar, está na definição da própria “categoria geral”. Quais características e comportamentos inserem um agente social na categoria “mulher”, tendo em vista toda a discussão – incerta e, por vezes, controversa – acerca da questão de gênero? Outra dificuldade em traçar um quadro fixo de sujeito do feminismo está na marcação das especificidades – questões étnicas, de sexualidade, de classe, por exemplo – como subcategorias da “identidade maior”, isto é, do ser mulher. De acordo com Sônia Maluf,

Hoje não é mais possível pensar, de acordo com esses discursos da diferença, nessa ‘identidade maior’ sem passar pelas diferenças, ou, melhor dito, se antes essas questões eram especificidades em relação à questão geral da ‘mulher’, hoje elas tomaram o lugar da própria ‘questão geral’. (MALUF, 2007, p. 05)

Ainda que apresentados os problemas na definição clara do sujeito feminista, a autora contemporânea concorda que a divisão e subdivisão identitárias caminham para uma mesma questão: possibilitar que o maior número de mulheres reivindique um lugar político legítimo e qualificado no interior do movimento feminista. Fazendo referência à física, a pesquisadora explica que o movimento feminista é centrípeto e centrífugo. Centrípeto porque é composto por uma dinâmica que leva em direção a um centro comum, ao compartilhamento de uma “identidade comum” às mulheres e feministas. Centrífugo por conta do deslocamento de um centro comum – o “ser mulher” –, para uma fragmentação e diferenciação compartilhada de especificidades não redutíveis ao termo comum. “De um lado, ‘apesar da diferença’, apontar o que é semelhante; de outro, apesar serem todas mulheres, apontar a diferença como o lugar dessa legitimidade” (MALUF, 2007, p. 04).

As críticas contemporâneas mais abertas ao movimento feminista também estão relacionadas à definição de seu sujeito. Bourdieu (1999) comenta que, apesar de o movimento contribuir sim com a aplicação de uma série de preocupações há muito afastadas da esfera pública, acaba contribuindo também para a restrição representacional das mulheres, permitindo que discursos reforçadores das relações sociais de dominação entre sexos se perpetuem.

O movimento feminista não deve mais deixar-se encerrar apenas em formas de lutas políticas rotuladas de feministas, como a reivindicação de paridade entre os homens e as mulheres nas instâncias políticas: se elas têm o mérito de lembrar que o universalismo de princípio que postula o Direito

Constitucional não é tão universal quanto parece (...), estas lutas correm o risco de redobrar os efeitos de uma outra forma de universalismo fictício, favorecendo prioritariamente mulheres saídas das mesmas áreas do espaço social que os homens que ocupam atualmente as posições dominantes. (BOURDIEU, 1999, p. 139)

No mesmo sentido vai a crítica de Judith Butler. Ela alerta para o perigo de tentar traçar uma universalidade da identidade feminina. “(...) A insistência sobre a coerência e unidade da categoria das mulheres rejeitou efetivamente a multiplicidade das interseções culturais, sociais e políticas em que é construído o espectro concreto das ‘mulheres’” (BUTLER, 2010, p.34-35). A solução proposta pela autora para superar o problema de definição e coalizão é fomentar trocas dialógicas entre mulheres diferentemente posicionadas, permitindo a articulação de identidades separadas da estrutura do movimento. Questionar sempre as relações de poder e reconhecer – sem tentar extinguir – as contradições identitárias inseridas no movimento são o maior desafio e, ao mesmo tempo, a chave para as boas contribuições do feminismo a uma sociedade efetivamente democrática.

3. Imprensa feminina e imprensa feminista

3.1. Papel social dos meios de comunicação

O fio que liga um ser humano a outro é a comunicação. Segundo o pesquisador Antonio Pasquali (2005), “as palavras comunicação e informação, sempre, e necessariamente, referem-se à essência da comunidade e das relações humanas”. É a partir dos processos comunicativos que as pessoas passam a dizer e ser escutadas, a se compreender e a se confundir, a se organizar e a se hierarquizar. Enfim, é se comunicando que o ser humano se torna parte do todo social.

Se é verdade que sem a função comunicativa não pode haver comunidade, então qualquer mudança no comportamento comunicativo de um grupo social vai produzir mudanças nas formas de percepção, sentimento e de tratamento do outro, no contexto do relacionamento humano prático, dentro do quadro explicativo do modelo de comunidade em vigor. (PASQUALI, 2005, p. 18)

A comunicação, sendo um processo essencialmente social, é embebida num espaço-tempo que especifica os caminhos tomados por quem recebe, compartilha e interage com as mensagens e com os meios que se dispõem a transmiti-las, isto é, as mídias. O comunicólogo Jorge Cardoso Filho (2012) afirma que, a quem se dispõe a estudar os processos de midiatização, cabe analisar “o contexto histórico na disposição de uso social dos meios” e preocupar-se com “o espaço de experiências disponível naquele contexto” (p. 187), isto é, analisar com quais artefatos e artifícios comunicativos aquele grupo social já havia lidado até chegar à situação estudada.

Vivemos tempos em que avanços técnicos e tecnológicos vêm encurtando distâncias e transpassando fronteiras geográficas. Acompanhar a cobertura em tempo real de um evento afegão ou “folhear” as páginas virtuais de sua revista mensal favorita são possibilidades a um clique de distância. Apesar da aparência simplesmente democrática e de largo alcance, teóricos da comunicação, a exemplo de Marc Raboy, alertam sobre o que chamam de “ambiente global da mídia” (RABOY, 2005, p.183). Tal ambiente, segundo o autor, se configura em “uma nova fronteira, na qual as leis estão sendo feitas no caminho” (2005, p.183), baseadas no contexto ideológico, político e econômico da sociedade contemporânea. Para compreender o papel social que os meios de comunicação desempenham, é válido traçar um breve histórico da participação das várias camadas sociais no processo midiático.

Desde meados do século XIX, vem-se tentando relacionar a constante evolução conceitual de “sociedade de massas” à popularização e, ao mesmo tempo, concentração de técnicas e aparatos midiáticos. Jesús Martin-Barbero (2009), em *Dos*

Meios às Mediações, munido de ampla base teórica⁵, faz um apanhado dessa evolução conceitual, de modo a permitir o vislumbre da emaranhada teia de interesses sociais envolvidos no processo cultural e midiático.

Segundo Martin-Barbero, os primeiros sociólogos a pensarem sobre as consequências culturais do imenso agregado operário urbano que se formava compartilhavam de concepções que, em suas entrelinhas, eram “rastros evidentes do ‘medo das turbas’ e do desprezo que as minorias aristocráticas sentem pelo ‘sórdido povo.’”. Em Tocqueville, a liberdade, a independência individual e a democracia sucumbem diante da “vontade das maiorias” (*apud* MARTIN-BARBERO, 2009, p. 54). Assim, opinião pública se torna algo homogêneo, refém de um “todo social”. Já dos últimos anos do século XIX para o século seguinte, as concepções burguesas de “sociedade de massas” começaram a tomar novos caminhos. Gustave Le Bon, numa perspectiva psicológico-social, conceitua “massa” como:

Um fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferente que seja seu modo de vida, suas ocupações ou seu caráter, estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportar-se de maneira completamente diferente de como se comportaria cada indivíduo isoladamente. (LE BON *apud* MARTIN-BARBERO, 2009, p. 56-57)

Para o sociólogo, essas massas são guiadas por crenças e estatutos que “se recolocam no espaço da comunicação, de sua circulação na imprensa. A massa é convertida em público e as crenças, em opinião” (MARTIN-BARBERO, p. 60). Entre os anos 1940-1950, diante de novas condições econômicas, políticas e, inclusive, geográficas⁶, surgem teorias que contradizem as originárias da obsoleta ideia burguesa de que as massas são “primitivas, infantis, impulsivas, crédulas, irritáveis” (LE BON *apud* MARTIN-BARBERO, 2009, p.56). Teóricos como Edward Shils e Daniel Bell (*apud* MARTIN-BARBERO, 2009, p. 66-68) defendem que a sociedade de massa intensificou a individualidade e a democracia comunicativa.

Face à nova sociedade do consumo e seu alcance aos meios de comunicação social – que teóricos como Marcuse, Adorno, Horkheimer, representantes da chamada

⁵ Dentro da bibliografia de *Dos Meios às Mediações*, utilizaremos das disposições de Martin-Barbero acerca de pensamentos acerca de “sociedade de massas” em autores de épocas e contextos diferentes, tais como Tocqueville, Le Bon e Edward Shils, a fim de tentar definir uma breve linha cronológica de evolução metodológica.

⁶ Até o começo do século, a conceituação de “sociedade de massa” e seus reflexos nas formas de se comunicar e produzir cultura era pensada basicamente por teóricos europeus. Após a Segunda Guerra Mundial, em 1945, o eixo econômico e o poderio político, ideológico e, conseqüentemente, midiático deslocaram-se para os Estados Unidos da América. Teóricos norte-americanos começaram, então, a apresentar seus conceitos.

“Escola de Frankfurt”, chamaram de Indústria Cultural⁷ –, passa-se a relacionar conceitos de ideologia e dominação aos usos e funções dados às mensagens veiculadas na mídia. O comunicólogo Onésimo de Oliveira Cardoso resume o pensamento frankfurtiano: “Nesta sociedade [a sociedade do consumo], a ordem social é fortalecida pela *dominação ideológica* de uma classe dirigente, que controla e possui os meios de comunicação social, imposta a uma “massa” passiva e obediente (...)” (CARDOSO, 1980, p. 43).

“Mandar na mídia”. “Manipular o povo”. Como vimos, a discussão sobre esses assuntos vem se desenvolvendo desde o século XIX. Ainda hoje, em dias em que a globalização e os avanços tecnológicos dividem teóricos quanto à realidade ou fantasia de uma democratização midiática, faz-se necessário discutir de que forma a “realidade midiaticizada” é construída social e discursivamente, a fim de melhor dimensionar quem domina, quem participa, quem tem acesso, enfim, analisar o papel social dos meios de comunicação.

Autores como Baudrillard, Doelker e Enzensberger concordam que a realidade transmitida pela mídia é uma construção. Segundo Miquel Alsina (2009),

A noção 'construção social da realidade' (...) localiza-se no nível da vida no quotidiano, em que se dá, no entanto, um processo de institucionalização das práticas e dos papéis. Este processo é ao mesmo tempo social e intersubjetivamente construído. (ALSINA, 2009, p.46)

Em acordo com essa ideia, Marcos Alexandre (2001), numa análise dos estudos de “representação social” em Moscovici, afirma que “as representações de um objeto social passam por um processo de formação entendido como um encadeamento de fenômenos interativos, fruto dos processos sociais no cotidiano do mundo moderno” (ALEXANDRE, 2001, p. 2). A atividade jornalística adquire, portanto, “um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante” (ALSINA, 2009, p. 47).

Esse papel desempenhado pelos jornalistas depende diretamente da interação com o público, com a sociedade. Segundo Alsina (2009), “a construção social da realidade por parte da mídia é um processo de produção, circulação e reconhecimento” (p.47). Traça-se uma espécie de contrato pré-definido socialmente, no qual cabe aos jornalistas escolher os acontecimentos e os temas que consideram mais importantes e atribuir-lhes um sentido.

⁷ In CARDOSO, Onésimo de Oliveira, *Diferentes conceitos e concepções de ideologias*, p.43.

Este contrato se baseia em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. A própria mídia é a primeira que realiza uma prática contínua de autolegitimação para reforçar esse papel social. (ALSINA, 2009, p.47)

Segundo Patrick Charaudeau (2007), “o sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social” (p. 41). Ao se referir ao trabalho dos jornalistas na atribuição de sentido aos acontecimentos, fala-se do discurso das mídias. Uma autora que trabalha com conceitos linguísticos – fala, linguagem e discurso – que nos ajudam a ter noção quanto a definição desses discursos da mídia é Helena Nagamine Brandão (1995). Ela afirma que

A linguagem, enquanto discurso, não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente (na medida em que está engajada na intencionalidade) e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia⁸. (...) Como elemento de mediação necessário entre o homem e sua realidade e como forma de engajá-lo na própria realidade, a linguagem é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais. Seu estudo não pode estar desvinculado de suas condições de produção. (BRANDÃO, 1995, p. 12)

O conceito de discurso é amplo⁹. O que podemos fazer é evidenciar algumas de suas características – traçadas por Dominique Maingueneau (2008) – que nos fazem refletir sobre a “construção de sentido” (CHARAUDEAU, 2007, p. 95) de tudo aquilo que é midiaticizado, isto é, que é contemplado no discurso da mídia.

Primeiro, destaca-se a interatividade do discurso. Maingueneau afirma que não há uma unidirecionalidade de transmissão do discurso: este mobiliza dois ou mais parceiros – que chama de “co-enunciadores” - em trocas sociais de pensamentos, informações, conhecimentos e crenças. Os co-enunciadores *inter-agem*, agem uns sobre os outros, e não se põem passivos em seus papéis de locutor ou destinatário (MAINGUENEAU, 2008, p. 53-54). Outra característica geral do discurso que podemos aproximar à especificidade do discurso das mídias é que este é assumido por um sujeito. Maingueneau afirma que “o discurso só é discurso enquanto remete a um

⁸ O conceito de Ideologia vem sendo construído e contestado por diversas correntes teóricas e filosóficas das Ciências Humanas. A título de encaixe à temática da presente pesquisa, focaremos na visão do linguista van Dijk (*apud* SGARBIERI): “Entendendo ideologia como o processo segundo o qual os atores sociais, membros de um determinado grupo, desenvolvem identidades específicas que lhes permitem experimentar o mundo que os cerca de forma peculiar. Ideologia, neste caso, constitui o que as pessoas são como atores sociais que pensam, têm experiências próprias e as manifestam de forma oral ou escrita” (SGARBIERI, 2003, p.23).

⁹ Pesquisadores linguistas como Foucault, Pêcheux, Charaudeau, Maingueneau e van Dijk voltaram seus estudos para a definição conceitual e Análise do Discurso.

sujeito, um EU, que se coloca como *fonte de referências* pessoais, temporais, espaciais e, ao mesmo tempo, indica que *atitude* está tomando em relação àquilo que diz e em relação ao seu co-enunciador” (MAINGUENEAU, 2008, p. 54-55). Tal como foi apresentado na ideia de “contrato social em comunicação”, o jornalista/o veículo assume a função de transmissor da informação, mas

Essa informação se compõe de um conjunto de acontecimentos ou de saberes que aparentemente preexistem ao ato de transmissão, o que faz com que o jornalista se encontre numa posição que consiste em *coletar os acontecimentos e os saberes, e não em criá-los, antes de tratá-los e transmiti-los*. (CHARAUDEAU, 2007, p.74. Grifo nosso).

Portanto, o jornalista, a empresa para a qual trabalha, o grupo econômico ou político no qual a empresa está inserida, todos esses são exemplos de “eus” que, inscritos no papel de *pesquisadores-fornecedores e descritor-comentadores*¹⁰ da informação, assumem o discurso da mídia. A partir de então, o EU do discurso passa a traçar uma série de critérios internos de importância de hierarquização dos acontecimentos, que são “escolhas [que] dependem da maneira pela qual as mídias constroem representações sobre o que pode interessar ou emocionar o público” (CHARAUDEAU, 2007, p. 138). Por exemplo, uma revista voltada ao público feminino, ao destacar temáticas como moda ou comportamento, carros-chefes de sua política editorial, inevitavelmente relega a um segundo plano diversas outras temáticas também inseridas no “mundo da mulher”, como a questão da violência doméstica ou o tráfico de pessoas. Podemos aqui adotar a hipótese do *agenda-setting*¹¹ para tentar explicar como essas escolhas do EU do discurso da mídia são influenciadas e influenciam os interesses do público. Segundo Charaudeau, essa hipótese

Se baseia na ideia de que os indivíduos participantes da vida social organizam seus comentários sobre o que acontece no espaço público de acordo com aquilo que as mídias lhe apresentam. Como consequência, as mídias, ao selecionar as informações e apresentá-las como o que realmente aconteceu, impedem que outros acontecimentos cheguem ao conhecimento do cidadão. (CHARAUDEAU, 2007, p. 139)

Por conta do contínuo processo social de trocas e transformações na construção do discurso da mídia, Charaudeau (2007) o enquadra no conceito de discurso

¹⁰ Charaudeau (2007) complexifica a definição do papel de “pesquisador-fornecedor” e “descritor-comentador” de quem assume o Eu do discurso da mídia (p.74-78), mas, por hora, basta compreendermos esses termos como qualidades adquiridas do decorrer das trocas sociais de informações.

¹¹ A hipótese do *agenda-setting* foi lançada por Mc Combs (1972) e vem sendo retomada, desenvolvida e criticada por diversos pesquisadores da área. Trabalhamos aqui com a contribuição dada por Charaudeau (2007) à hipótese.

circulante¹². Dentre as três funções que o autor atribui ao discurso circulante – “função de instituição do poder-contra poder”, “função de regulação do cotidiano social” e “função de dramatização” (p. 118-119) –, foquemos na função da regulação do cotidiano social para compreender a participação do discurso da mídia na reprodução de representações sociais, assunto anteriormente abordado nessa pesquisa (ver Capítulo 1), mas que vai ser retomado, por demonstrar aplicabilidade na presente discussão. Com referências-base em Bourdieu, Moscovici e Balandier, Charaudeau (2007) afirma que

As representações, ao construírem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos que vivem em sociedade, estão incluídas no real ou mesmo dadas como se fossem o próprio real. Elas se baseiam na observação empírica das trocas sociais e fabricam um discurso de justificativa dessas trocas, produzindo-se um sistema de valores que se erige em norma de referência. (CHARAUDEAU, 2007, p.47)

A função de regulação do cotidiano social do discurso circulante – portanto, do discurso da mídia – é assegurada basicamente por discursos que “ao mesmo tempo, determinam o que são e o que devem ser os comportamentos do corpo social” (CHARAUDEAU, 2007, p. 119). Os grupos sociais passam a construir uma visibilidade de si através de discursos que normatizam as relações sociais, as representações, os papéis sociais, ao “ritualizar os atos de linguagem do cotidiano, ao produzir discursos que justificam os atos comportamentais (...) [e] ao dotar-se de códigos linguageiros (de polidez, de honra, de acolhimento)” (idem). Vemos um sem número de revistas voltadas para o público feminino carregadas de estereótipos de “ser mulher” – mulher é vaidosa, delicada, consumista, gosta de fofoca e de cuidar da família, etc. – que “se fundamentam em avaliações éticas, identificações ou recalque de emoções, determinando assim o que é ordem ou desordem, para fazer ou para não fazer, o bem ou o mal” (ibidem). Nesse exemplo das “revistas para mulher”, o discurso da mídia desempenha sua função de regulação do cotidiano social. Ao utilizar temas recorrentes para o referente público – moda, comportamento e beleza, por exemplo –, com características de linguagem semelhantes – aproximativa, que simula uma conversa “de amiga para amiga” –, o discurso de tais publicações generaliza cada uma das mulheres num grupo mais ou menos homogêneo: a mulher.

¹² “Discurso circulante é uma soma empírica de enunciados com visada definicional sobre o que são os seres, as ações, os acontecimentos, suas características, seus comportamentos e os julgamentos a ele ligados. (...) É através desses enunciados que os membros de uma comunidade se reconhecem” (CHARAUDEAU, 2007, p.118).

Tal função de regulação do cotidiano social atribuído ao discurso da mídia não deve, portanto, ser confundida com uma imposição, por parte das empresas de comunicação, de verdades absolutas e incontestáveis. Já vimos que o universo de informação midiática é um universo construído. Nele, acontecimentos e papéis sociais não são transmitidos em seu estado bruto,

Pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. (CHARAUDEAU, 2007, p. 151)

Nesse sentido, os termos “informação” e “comunicação” estão diretamente relacionados a tal construção social dos discursos da mídia. Linguistas, sociólogos e pesquisadores de tantas outras áreas das ciências humanas vêm desenvolvendo conceito e críticas a tais termos. A ideia de informação, segundo Antonio Pasquali (2005), remete à imposição e interpretação de algum princípio. A informação “conota a mensagem/causa de um transmissor ativo, que busca gerar no receptor passivo um comportamento/efeito imediato ou remoto” (PASQUALI, p.27). Pode-se, portanto, entender que informar relaciona-se à unidirecionalidade assegurada por canais midiáticos – aqui inclusos os jornais impressos, a televisão, o rádio – que se fecham num modelo em que “um dos polos sempre ou predominantemente funciona como transmissor, enquanto o outro sempre ou predominantemente atua como receptor” (PASQUALI, p.27). Com o olhar direcionado à Análise do Discurso, menos negativista e determinista, Charaudeau (2007) observa possibilidades de trocas cognitivas sociais quando afirma que

O ato de informar participa de um processo de transação, fazendo circular entre os parceiros [sociais] um objeto de saber que, em princípio, um possui e o outro não, estando um deles encarregado de transmitir e o outro de receber, compreender, interpretar, sofrendo ao mesmo tempo uma modificação com relação a seu estado inicial de conhecimento. (CHARAUDEAU, 2007, p. 41)

Vai nesse sentido o conceito que Pasquali dá ao termo “comunicação”. Comunicar relaciona-se a comunidade, portanto conota um processo em que a mensagem/diálogo busca “produzir respostas não programadas, reciprocidade, consenso e decisões compartilhadas” (2005, p.27). Comunicar é dialogar, discutir, compartilhar mensagens. Jesús Martín-Barbero afirma que “a democratização das sociedades contemporâneas só é possível a partir da maior circulação de mensagens” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 24). Em Pasquali (2005), só a comunicação genuína é capaz de

gerar uma massa crítica, a opinião pública não manipulada e uma vida em comunidade livre.

Apenas mediante o esforço incansável para manter vivas áreas de suficiente reciprocidade comunicativa, sem o predomínio de fatores causais, é possível imaginar a sobrevivência da democracia genuína, um modelo irrenunciável de relações humanas que seria focado em qualquer universo de informação total. (PASQUALI, 2005, p. 29)

Em van Dijk (*apud* SGARBIERI, 2003), o discurso das mídias pode ser um instrumento do poder e da dominação, mas também pode se tornar a “locomotiva do desenvolvimento humano” (RABOY, 2005, p.196). O uso hegemônico do discurso das mídias na perspectiva do gênero tende a ressaltar o que Dulcília Buitoni (1981) chama de “o eterno feminino”:

Um chavão que tenta imobilizar, no tempo, as virtudes “clássicas” da mulher. Um chavão que corresponde bem ao senso comum de procurar qualidades quase abstratas: maternidade, beleza, suavidade, doçura e outras, num ser que é histórico. Justamente aí está a falha que desvincula a mulher de sua época e seu contexto, que a transforma num ser à parte, independente de circunstâncias concretas. (BUITONI, 1981, p.04)

Para Raboy, deve-se problematizar a seguinte questão: “como fazer da mídia uma questão social, ao invés de apenas algo que pessoas simplesmente sofrem, e como ampliar o discurso público sobre o papel da mídia na democracia” (2005, p. 193). E essa problematização deve partir de determinados grupos sociais e suas intervenções: dos pesquisadores, a realizarem análise crítica contínua das questões da mídia; dos educadores, empenhados na alfabetização midiática; de jornalistas, editores e publicadores, a promoverem práticas progressistas dentro da mídia dominante; e dos ativistas, quanto às intervenções políticas para as mídias (RABOY, 2005, p. 194).

Como forma de garantir que a mídia contemple de forma cada vez mais clara os interesses diversos da sociedade, autores como Raboy (2005) e José Oscar Beozzo (1980) defendem uma regulação mais atenciosa às transmissões midiáticas. Diferente da carga semântica negativa presente no termo “controle” – que exalta o acúmulo de poder decisório nas mãos de alguém/algun grupo –, Raboy considera que a

Regulação precisa ter como objetivo fornecer um modelo capacitador dentro do qual as mídias possam florescer e contribuir para a vida pública democrática e para o desenvolvimento humano, e ampliando a liberdade de expressão e o direito à comunicação. (RABOY, 2005, p. 196)

Em Beozzo (1980), por sua vez, regulação dos meios de comunicação equivale a “controle coletivo” destes. Ele avalia que se deve colocar em pauta

O problema da destruição de um monopólio da informação, produção e transmissão cultural detido por uma pequena minoria empresarial (...); o

problema do livre acesso de todos os grupos, classes sociais e problemas de opinião pública à produção e difusão de suas mensagens sobre sua realidade social e cultural, sobre sua posição política, abrindo espaço para a defesa de seus interesses e valores. (BEOZZO, 1980, p. 79)

Dentre as intervenções regulatórias dos meios de comunicação destacadas pelos autores, estão “a regulação das atividades comerciais de mídia segundo o interesse público”, “financiamento e apoio institucional para a criação e sustento de serviços públicos e mídias alternativas”, “fornecimento de incentivos (por meio de medidas de apoio fiscal etc.) para a produção, distribuição e exibição de conteúdo de mídia que atenda aos objetivos das políticas públicas” e “disponibilização de espaços públicos de mídia para a resolução de conflitos e diálogo democrático” (RABOY, 2005, p. 196). Independente da nomenclatura, incentivar essa regulação é uma forma mais equânime de promover o crescimento participativo de todas as camadas sociais no processo midiático.

3.2. Jornalismo cidadão

Movimentos sociais e Organizações Não Governamentais, como sindicatos e associações, buscam encaixar de alguma forma suas demandas na agenda midiática. As pautas e questionamentos propostos por essas entidades nem sempre têm fácil acesso aos grandes veículos de comunicação, por motivos diversos, entre eles, choque de interesses entre entidade e empresa de comunicação, choque ideológico entre o tema proposto e a temática recorrente na mídia, a suposta baixa “vendabilidade” de matérias sugeridas pelos movimentos, geralmente frias, que requerem apuração mais profunda – o que demanda mais tempo, item raro no dia-a-dia acelerado de uma redação –, e de tema específico demais para atingir ou despertar interesse em um número considerável de público. Nelson Traquina (2005) fala da subjetividade jornalística em valorar a relevância de determinados temas e acontecimentos. Esta relevância tem a ver com a capacidade do tema ou do acontecimento ter impacto no público, mas, ao considerar esse fator um "critério que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos" (TRAQUINA, 2005, p.78), determinar um público se torna atividade privada do profissional ou da empresa jornalística. Para o jornal, o público é quem ele considera ser, mas como nem sempre os critérios de noticiabilidade adotados pelos media coincidem com o interesse de determinados grupos e movimentos sociais, determinar um público ou "o interesse público" não é algo natural ou óbvio. É mediado e subjetivo.

Portanto, como inserir uma reportagem sobre a violência sofrida pelas mulheres da tribo indígena “x”, da região “y”, num veículo de comunicação de alcance nacional, mas que tem público muitas vezes bem distante cultural e territorialmente da realidade dessas mulheres? E se conseguir essa inserção, será que o caso vai ser abordado satisfatoriamente, de modo a contemplar integralmente o questionamento proposto pelo movimento social ou entidade?

Segundo a pesquisadora Denise Cogo, no contexto nacional, há uma forte presença das mídias como “principais propositoras e gestoras, no espaço público brasileiro, de uma agenda temática sobre a nacionalidade, as identidades culturais e as especificidades da trajetória do multiculturalismo” (2004, pag. 42). Essas mídias abrangem um grande complexo, que inclui as demandas elaboradas por movimentos sociais e entidades não governamentais. Mesmo que, geralmente, sem muito espaço nos grandes veículos de comunicação, estas acabam por buscar suas próprias formas de divulgar seus temas de abrangência, suas informações, dados, pesquisas e questionamentos. Quanto a isso, Cogo afirma que:

As modalidades de ação e intervenção de atores e movimentos sociais na sociedade passam, portanto, a construir-se cada vez mais tensionadas pela exigência de um tipo de visibilidade pública atribuída pela lógica dos meios de comunicação, ao mesmo tempo que também esses atores e movimentos se apropriam e reelaboram tais lógicas, transformando a esfera das mídias em um espaço simbólico de conflitos, disputas e negociações, e que se encontra, portanto, submetido permanentemente às tensões contraditórias dos interesses que circulam na sociedade. (COGO, 2004, p. 43)

Para que isso aconteça, tais movimentos sociais e entidades não governamentais devem adotar o que Cogo denomina de “estratégias e políticas de visibilidade midiática, que emergem dos processos de afirmação e disputa, nos campos das mídias, das particularidades culturais e das identidades como resultado da ação de indivíduos, grupos e movimentos sociais” (2004, p. 44). A partir da aplicação dessas políticas de visibilidade por parte dos movimentos, múltiplas demandas sociais vão sendo incluídas na agenda midiática pública, “O que implica, ainda, em refletir como os movimentos sociais vão articulando, no marco da formulação dessas políticas, a questão do reconhecimento com a questão da redistribuição dos recursos materiais e simbólicos na sociedade” (COGO, 2004, p. 45).

Segundo Robens (*apud* ABREU, 1997), “a cidadania social implica um conjunto de direitos e obrigações que possibilita a participação igualitária de todos os membros de uma comunidade nos seus padrões básicos de vida” (2003, p. 03). Segundo

Cogo, falar de estratégias de visibilidade das causas dos movimentos sociais remete à reflexão sobre as demandas por cidadania social:

Experiências de cidadania marcadas pela efemeridade, instabilidade e desterritorialização, pautadas e organizadas pelo pertencimento a múltiplas identidades e redes sociais, interagem no espaço público, especialmente midiático, associando matrizes clássicas a novos modos de expressão cidadã, que resultam de competências e habilidades para apropriação e usos dos recursos comunicacionais e midiáticos (...). (2004, p. 49)

A partir disso, observa-se o desenvolvimento de um jornalismo que se desvia do imediatismo, do “publicar primeiro”, da busca pelo lucro e do sensacionalismo recorrentes nas grandes mídias. Produtos jornalísticos que tentam se reaproximar de comunidades e questões sociais “com a finalidade de retomar sua função de quarto poder em sociedades democráticas” (BARCELLOS e ALVETTI, 2007, p. 05). Propõem-se, também, a “colocar os direitos e deveres dos cidadãos no centro das suas preocupações” (idem). Esse posicionamento editorial teve suas origens em jornais dos Estados Unidos, mas logo se espalhou por outros países, passando a receber várias nomenclaturas e caracterizações, como “jornalismo público”, “jornalismo cívico”, “jornalismo cidadão” e “jornalismo comunitário”.

Há significativa bibliografia no Brasil e na América Latina sobre Comunicação Comunitária, também chamada de Comunicação Popular, Comunicação Alternativa, Comunicação Participativa, Mídia Comunitária, etc., Estes termos, conceitualmente, confundem-se e não apresentam consenso entre os teóricos. (DORNELLES, 2006, p. 03)

A título de especificação, trabalharemos, nessa pesquisa, com a nomenclatura “jornalismo cidadão”. O termo teve origem da adaptação do *civic journalism*¹³ por setor específico da imprensa brasileira. Essa nova proposta de jornalismo “pretendia impor uma nova agenda de opinião e se tornar o intérprete dos cidadãos quanto à hierarquia dos problemas e à escolha das soluções pela comunidade” (ABREU, 2003, p.06). O *civic journalism* representava a democracia participativa:

Desenvolveu-se (...) orientado para mobilizar, dar a palavra aos cidadãos comuns e aos responsáveis por associações e comunidades. Baseado na afirmação dos procedimentos democráticos, esse movimento considerava o confronto de opiniões o motor das escolhas e da deliberação na comunidade e apresentava o jornalista como O animador dessa atividade (idem)

¹³ O termo foi utilizado pela primeira vez em meados da década de 1980, pelo editor veterano Davis Merritt, que estava à frente do pequeno jornal *The Wichita Eagle*, do Estado de Kansas. “Desencantado com a cobertura da mídia na campanha presidencial americana de 1988 (entre o republicano George Bush, o vencedor, e o democrata Michael Dukakis), Merritt começou a sustentar que as coberturas políticas necessitavam proporcionar uma discussão mais séria sobre os temas envolvendo a coletividade e que havia interesse dos leitores que assim fosse” (FERNANDES, 2008, p.02).

A tradução imediata do termo *civic journalism* é “jornalismo cívico”, mas autores como Barcellos e Alvetti defendem que “jornalismo cidadão” é, aqui no Brasil, o termo mais adequado,

Porque a palavra “cidadania” remete a iniciativas que tratam da inclusão social, da busca pelos direitos dos cidadãos e está consagrado na linguagem da própria imprensa, bem disseminado na sociedade com conotação semelhante ao emprego de jornalismo cívico em textos portugueses e nas origens em inglês. No Brasil, a expressão jornalismo cívico sofre o risco de ter conotação militaresca, resquício da ditadura militar. (2007, p.06-07)

Segundo Abreu (2003), essa forma de fazer um jornalismo brasileiro de “utilidade pública” e disseminação dos direitos do cidadão remonta da década de 1950, quando, no eixo Rio São Paulo, jornais populares, como *O Dia* e *Luta Democrática*, mantinham seções abertas ao público e procuravam dar solução a reclamações recebidas. Esses jornais

Tinham uma relação estreita com determinadas lideranças políticas, mas não com os partidos políticos, e o sensacionalismo em geral estava associado a práticas assistencialistas. Getúlio Vargas, Ademar de Barros, Chagas Freitas e Tenório Cavalcanti buscavam apoio junto aos leitores para transformá-los em eleitores. O apelo ao voto como “arma do povo” significava a afirmação dos direitos políticos. A linguagem, nesse tipo de jornal, apelava para a emoção, para a imaginação e a dramatização do cotidiano, o que na verdade expressava as práticas da cultura popular de seus leitores. (ABREU, 2003, p.31)

Mas foi no contexto nacional pós-ditatorial – a partir da década de 1980 – que o jornalismo cidadão ganhou força. Alguns jornais e profissionais de comunicação passaram a adotar comportamentos editoriais que se distanciavam – muitas vezes, contradiziam – do modelo norte-americano neoliberal¹⁴. As entidades engajadas socialmente – a partir de suas novas estratégias de visibilidade e divulgação ou em conjunto com a incipiente imprensa pós-ditatorial – desenvolvem uma imprensa menos sensacionalista que a dos anos 1950 e mais consciente, que assume o papel de mediadora e interventora na sociedade.

(...) “Utilidade social” identifica a ação jornalística como tendente a servir aos interesses concretos dos cidadãos e a responder às preocupações dos leitores ou da audiência referentes a emprego, habitação, educação, segurança, qualidade de vida etc. Esse seria o “jornalismo cidadão”. (Watine, 1996).” (Abreu, 2003, p.06)

¹⁴Cremilda Medina (1988) cita uma série de características referentes a tal modelo jornalístico neoliberalista contemporâneo, que se desenvolveu nos Estados Unidos e se espalhou pelo mundo. Um jornalismo que adotou critérios para tornar seu produto – as matérias – atrativo e, conseqüentemente, lucrativo, como “atualidade, interesse por parte do público, veracidade, facilidade de assimilação ou clareza” (p.20). Isso implicava que os jornalistas, que a autora chama de “a nova camada de técnicos” (idem), de simplesmente reportar o fato ali como se apresentava, seguindo a “norma” da “fundamentação teórica da objetividade do acontecimento” (ibidem), sem inventar informações, mas também sem aprofundar-se ou se engajar no acontecimento que reporta.

Alguns autores defendem que o jornalismo cidadão é uma forma de resgatar as funções originais atribuídas ao Jornalismo¹⁵, quando se desvincula do objetivo de obtenção de lucro com a venda do produto jornalístico e se aproxima do objetivo de alargar os conhecimentos dos cidadãos sobre questões públicas e sobre o que se passa na sociedade. Barcellos e Alvetti, em seu artigo, utilizam o termo “jornalismo cívico”, mas que também pode ser aplicado ao jornalismo cidadão:

O movimento do jornalismo cívico tem como proposta o resgate dos ideais do Jornalismo, independente de interesses econômicos e políticos, visando a cidadania, na defesa das causas de seus cidadãos. Na prática, isso significa fazer uma cobertura que atenda aos direitos dos indivíduos, tratando a informação de modo que ela contribua para que os receptores sejam conscientes de seus direitos em uma sociedade democrática. (2007, p.02)

Ainda no que difere o jornalismo cidadão do modelo recorrente de jornalismo, pode-se observar a forma de atuação dos seus profissionais. Kunczik (p.97 *apud* FERNANDES) afirma que “o jornalista é considerado um agente neutramente distanciado para poder transmitir a informação com objetividade e ética profissional” (2008, p.05). Neutro, distante da realidade social reportada, o jornalista não questiona, apenas relata objetivamente aquilo que apurou. Mas no jornalismo cidadão não é assim. Fernandes (2008) afirma que “Esta nova categoria sustenta que repórteres e demais profissionais da área não podem ser vistos como pessoas ingênuas” (p.06). Em Kunczik (p. 97 *apud* FERNANDES), o jornalista que mais se aproxima ao *civic journalism* – ou, simplesmente, ao nosso jornalismo cidadão:

É conceituado como o paladino de certos grupos socialmente abandonados e que, por si mesmos, não podem representar seus interesses (...) e que o defensor não se sente comprometido com o princípio da neutralidade de valores; identificando-se com os valores do público ou de partes do público, fazendo uma campanha vigorosa pela difusão de certas ideias ou fatos, sem reivindicar a posse da verdade fundamental sobre o assunto tratado (KUNCZIK *apud* FERNANDES, 2008, pp. 5-6)

Voltando ao exemplo proposto no início do tópico, pode-se entender que o caso das mulheres indígenas da tribo “x” seria bem melhor explorado – não no sentido pejorativo, mas no de esmiuçar as perspectivas da história, aprofundar-se no contexto e suscitar questionamentos – pela/pelo jornalista que estivesse, de alguma forma,

¹⁵ Quanto a essas funções originais do jornalismo, Abreu descreve: "É evidente que a informação é um dos elementos fundamentais para que o indivíduo possa exercer plenamente os seus direitos. A imprensa é um veículo que fornece informações aos cidadãos e, simultaneamente, lhes dá a possibilidade de levar suas demandas até os responsáveis pelas decisões que alteram a vida em sociedade. A imprensa tem por função dar visibilidade à "coisa pública", e a visibilidade é uma condição da democracia." (2003, p.02).

inserida/inserido na realidade delas, uma/um observador atuante. Segundo Abreu, esse entrosamento na situação cria laços com o próprio público:

A utilidade pública impõe ao jornalista uma maior aproximação com O público, uma participação intensa na vida da comunidade, um maior engajamento. Essa atitude estaria em contradição com as exigências do profissionalismo reivindicado pelos próprios jornalistas, que defendem valores não partidários, não ideológicos, e uma atuação distante dos acontecimentos no exercício da profissão. (2003, p.06)

O jornalismo cidadão é uma forma mais humanizada de conhecer a realidade dos outros e de fornecer conteúdo informativo engajado que permita que o público interprete, questione, pense.

3.3. Imprensa Feminina

Cores, fotografias de atrizes famosas e bonitas, textos com chamadas sedutoras, com dicas e mais dicas. Para a mulher que vai à banca em busca de distração e fruição, deve até ser difícil escolher uma só revista. Folheando as páginas, nada de grandes surpresas: modelos bonitas, fatais ou sorridentes, estampas, “estrelas”, conselhos, receitas. E assim se fez a grande imprensa feminina, com discursos poderosos escondidos em mensagens superficialmente simples e agradáveis de se ver. Mas, afinal de contas, que “poder” é esse que essas publicações carregam? Que tipo de informações elas trazem? Se são feitas para mulher, onde é que fica o feminismo nessa história toda? Antes de tachar as publicações voltadas ao público feminino de fúteis e bobinhas, deve-se lembrar que os meios de comunicação são feitos num contexto e têm intenções. Façamos um breve histórico da imprensa feminina mundial e brasileira, para, só então, podermos analisar suas características e de que forma participa na produção e reprodução de representações sociais e identidades.

A primeira revista voltada especificamente para as mulheres data de 1693. A *Lady's Mercury*, da Grã-Bretanha, surge com a proposta de consolar e aconselhar moças da alta sociedade¹⁶. Segundo Dulcília Buitoni (1981), “(...) o jornalismo feminino já nasceu complementar, revestido de um caráter secundário, tendo como função o entretenimento e, no máximo, um utilitarismo prático ou didático” (p.09). No século XVII, o Brasil ainda não possuía imprensa. O primeiro exemplar de veículo impresso dirigido às mulheres brasileiras surgiu mais de um século depois. É o *Espelho Diamantino – Periódico de Política, Litteratura, Bellas Artes, Theatro e Modas*

¹⁶Segundo, Dulcília Buitoni (1981), trata-se de um “consultório sentimental”, no qual cartas enviadas pelas senhoras aflitas com situações geralmente relacionadas ao casamento eram respondidas.

Dedicado as Senhoras Brasileiras, lançado pelo francês Pierre Plancher, em Minas Gerais, no ano de 1827. Poucos anos depois, em 1831, foi lançado em Recife o *Espelho das Brasileiras*. Segundo Suelly Dias,

Tais revistas não tinham artigos de cunho feminista, o que só veio aparecer em 1852 no *Jornal das Senhoras*. A leitura por parte das mulheres era pouca, pois no Brasil, no século XIX, existiam quatro milhões de brasileiras, isso em 1870, e o número de alfabetizadas era de 550 mil, ou seja, menos de 14%. (2003, p.03)

Foi por volta de 1900 que acontecimentos mundiais, como a revolução burguesa e a consolidação do capitalismo, influenciaram na descoberta do potencial de consumidora da mulher brasileira da classe média. Consumidora “não apenas de jornais e revistas, como em essencial dos produtos anunciados por eles” (CABRAL, 2008, p.02). A mulher, portanto, começa a assumir novos papéis sociais. Por volta de 1900, questionamentos tímidos quanto à posição da mulher de mero “enfeite do lar” têm início. Elas exigiam o direito à alfabetização e ao acesso à educação completa, por exemplo. Aos poucos, discussões feministas vindas de terras europeias vão se modelando à realidade brasileira e algumas mulheres se lançam a “tentar desafiar suas funções ditas naturais, ao buscar sua emancipação e a realização em outros papéis que não apenas nos de esposa e mãe” (MÉNDEZ, 2007, p.05-06). Apesar disso, a maior parte da imprensa feminina se mantém firme na veiculação de literatura de tom moralista, consultório sentimental, receitas gastronômicas e romances folhetinescos, atuando como “protagonista na tentativa de normatizar o papel da mulher enquanto 'rainha do lar' e de desqualificar o pensamento feminista" (idem).

Da década de 1920 até os dias atuais, a imprensa feminina acompanhou uma série de mudanças na estrutura social, no que diz respeito à representação da mulher, aspecto já discutido no 1º capítulo da presente pesquisa. Não é nossa intenção detalhar as características específicas da imprensa feminina brasileira década por década, mas esclarecer, com base em Buitoni (1981), que, como estratégia de sobrevivência, ela adotou posicionamentos editoriais, elementos visuais, linguagem e até passou a abordar assuntos que melhor se encaixassem no contexto social em que estava/está mergulhada.

Voltemos, então, para a banca de revistas. Em tantas chamadas de capa, a moda, o conselho, o sexo, a dica, a receita, a saúde. Mulher como tema e mulher como alvo. E alvo segmentado: há revistas para mulheres de meia idade, mulheres adolescentes, “mulheres casadas, solteiras e/ou separadas que desejam viver plenamente sua sexualidade, mulheres que bordam, têm filhos, costumam, cozinham, que trabalham

fora, que desejam saber fofocas de astros de tevê, que viajam, enfim assuntos que fazem parte do atual cotidiano das mulheres” (DIAS, 2003, p.05). Buitoni (1990) comenta que talvez a imprensa feminina seja a mais eclética de todas, mas sem deixar de explorar seus três pilares:

Moda, casa e coração. O vestir, o morar, o sentir. Apesar de os dois temas serem ligados à aparência exterior – moda e casa constituem um exterior ainda pouco ligado ao mundo do trabalho. Coração é o tema mais interior, relacionado à subjetividade e ao sentimento. Coração é a literatura romântica, o amor aos filhos, o sexo. Cuidar do corpo – a preocupação com a beleza – faz parte do coração, enquanto gostar de si própria, mas também se dirige à aparência exterior. (BUITONI, 1990, p.68)

A temática é aparentemente branda, inocente, quase neutra. Mas é válido compreender que, sob tal aparência, a imprensa feminina “veicula conteúdos muito fortes” (BUITONI, 1981, p.01), que se relacionam diretamente com questões mais abrangentes, como o papel social da mulher ou sua participação na economia e na política.

A grande imprensa feminina, composta essencialmente por revistas, é um conjunto de mídias cada vez mais ancorado na imagem, no visual. “As fotos de moda, beleza e decoração são percebidas antes como fantasia, corporificação de um ideal a ser imitado” (BUITONI, 1990, p.19). O culto ao estereótipo¹⁷ da mulher perfeita. Segundo Flávia Biroli, este é um recurso fundado em simplificações que reduzem a complexidade das interações sociais e “diminuem as variações e matizes presentes nas trajetórias e comportamentos individuais, que se definem e se explicitam em interações e contextos sociais específicos” (2011, p.05). A autora afirma que, dessa forma,

A mídia difunde os estereótipos; a mídia, dada sua centralidade na construção do ambiente social contemporâneo, colabora para a naturalização dos estereótipos ao confirmar cotidianamente determinadas visões de mundo, em detrimento de outras. Parte ampla da crítica feminista à mídia comercial se encaixa nessa visão, ao analisar a naturalização do pertencimento da mulher à esfera privada e dos arranjos familiares que o justificam e reforçam, assim como o destaque dado ao corpo e à aparência física das mulheres. (p.03)

Outra característica marcante da imprensa feminina é a constante busca pela novidade. O penteado para a ocasião, a roupa da estação, o término do namoro da modelo fulana com o cantor cicrano. A novidade que vende, mas que – ao contrário dos

¹⁷De acordo com BIROLI (2011), “É possível compreender os estereótipos como dispositivos cognitivos que facilitam o acesso a novas situações e informações. Isso significa que equivalem a categorias que definem padrões de aproximação e de julgamento que orientam a leitura do novo a partir de referências prévias” (p.04).

preceitos jornalísticos – geralmente não tem uma dimensão temporal bem demarcada. Sobre isso, Buitoni (1990) afirma que

A fim de parecer sempre atual, usa-se o novo. O atual pressupõe uma relação de presença efetiva no mundo histórico. O atual pode ser descoberto ou estimulado, mas não pode ser criado. (...) Bem trabalhada, a novidade é uma qualidade capaz de revestir qualquer objeto. A ancoragem temporal desloca-se para uma relação mental: a revista (ou a indústria, a publicidade) inventa um modismo que logo é apresentado como o que existe de mais ‘atual’.
(p.13)

A mínima ligação com o momento atual. Detecta-se a presença maciça do que, no jornalismo, chama-se pauta fria, aquelas matérias que são produzidas, mas não possuem data certa de publicação. Ou, como Buitoni (1981) prefere utilizar, a pauta perene: “Dentro dos assuntos que ela abarca, existem tópicos que são repetidos todos os anos, da mesma maneira, com um ligeiro verniz de novidade” (p.137). Se for publicada no verão desse ano, tudo bem. Se for publicada no verão do ano que vem, tudo bem também. E essa forma de abordagem e seleção de assuntos acaba por distanciar o público – no caso, a mulher leitora – do que é concebido como genuinamente atual. Segundo Buitoni (1981), essa relação vem criando – desde a primeira publicação destinada às mulheres até as veiculadas nos dias de hoje – o idealizado “mundo da mulher”, no qual ela se identifique e encontra um lugar para ficar, sem sair (p.04-05).

Para a autora Constantina Xavier Filha, os textos contidos na grande imprensa feminina são uma espécie de dispositivo pedagógico¹⁸ de subjetivação para as leitoras.

Os textos da imprensa feminina informam, interagem, dialogam, instigam a reflexão porque são constituídos de enunciados prescritivos e normalizadores do que é considerado ideal para a vivência da feminilidade. A imprensa feminina representa também uma espécie de instância educativa porque (...) expressa os discursos vigentes e legitimados num contexto sócio-histórico.
(2010, p.40)

Alguns elementos da linguagem utilizada na imprensa feminina, ainda segundo Xavier Filha, estão estreitamente relacionados com a função pedagógica que lhe cabe. As receitas, por exemplo. E não somente a gastronômica. Receitas de como se manter jovem, como agradar seu parceiro sexual, como educar seu filho, como se vestir bem. O jornalista, então, passa a palavra para um especialista no assunto, que tem mais

¹⁸Xavier Filha utiliza o conceito de dispositivo com base em Michel Foucault: “Por dispositivo, o autor entende: um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas [...] o dito e o não--dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que pode estabelecer-se entre esses elementos. (FOUCAULT, 1993, p. 244)” (XAVIER FILHA, 2010, p.39).

propriedade para “conversar diretamente” com a leitora. Com o auxílio desse elemento, a receita fica mais convincente.

Fundamentados em apropriações de conhecimentos científicos, os enunciados pretendem não só informar, mas também convencer sobre algo, apesar de a linguagem ser amistosa e mascarar esse intento. O dispositivo pedagógico da imprensa feminina mediada por enunciados de especialistas, ou do saber da ciência, tem por objetivo educar. (XAVIER FILHA, 2010, p.40-41)

Outro elemento de linguagem peculiar das revistas femininas é o uso recorrente da segunda pessoa, o “você”. Para Xavier Filha, a coloquialidade, o tom intimista apresentado “se assemelha mais a um diálogo entre a ‘revista’ e a leitora” (2010, p.36). Assim como as receitas, a autora também vê tal estratégia de linguagem como uma espécie de dispositivo pedagógico do público-alvo, quando afirma que "Passando a ideia de intimidade, [as revistas femininas] revestem-se de poder para dizer algo que está ligado à conduta das leitoras” (2010, p.36). O “você” sugere uma conversa entre amigas. Xavier Filha continua o raciocínio afirmando que "Ensinando como uma amiga, aconselhando como alguém íntimo, (...) o conteúdo da revista feminina torna-se muito mais próximo das mulheres" (2010, p.37). Buitoni se posiciona de maneira mais ofensiva quanto ao sugerido “papo de amiga”:

Esse jeito coloquial, que elimina a distância, que faz as ideias parecerem simples, cotidianas, frutos do bom senso, ajuda a passar conceitos, cristalizar opiniões, tudo de um modo tão natural que praticamente não há defesa. A razão não se arma para uma conversa de amiga. Nem é preciso raciocinar argumentos complicados: as coisas parecem que sempre foram assim. (...) [Aproximar-se da leitora como uma “amiga” é] uma verdadeira armadilha linguística para apanhar despreparado e espírito das mulheres. (1981, p.125)

A autora segue afirmando que tal estratégia discursiva, com esses ares de conversa despreziosa, unindo-se a grande variedade de temas abrangidos, sem, ao mesmo tempo, fugir dos “tradicionais do mundo da mulher” e a constante veiculação de pautas frias/perenes demonstra que “A imprensa feminina informa pouco, mas forma demais” (BUITONI, 1981, p.141).

Opinativo, normativo, didático, dissertativo, tal discurso não poderia versar sobre mulheres determinadas, individualizadas, com nome, profissão, personalidade própria. (...) A mulher é pasteurizada, universalizada, em nome do consumo. (idem)

Ao nos propor a analisar as características da imprensa feminina, não podemos deixar de lado sua relação com a sociedade do consumo. Como vimos anteriormente, a mulher brasileira se insere como consumidora em potencial a partir de meados da década de 1900, mas é a partir dos anos 1960 que essa possibilidade passou a ser mais vastamente explorada pela grande imprensa feminina. Além de comprar a

revista ilustrada ou a fotonovela, percebeu-se que elas passaram a comprar os produtos ilustrados em reclames de suas páginas. “Mais páginas a cores, mais ‘reportagens’ de moda, matérias ensinando a comprar melhor eletrodomésticos, etc. etc.: o projeto editorial de cada veículo dirigido às mulheres tem em vista o consumo, em primeiro lugar” (BUITONI, 1981, p.93). A função econômica da grande imprensa feminina, a partir de então, torna-se marcante. Para Buitoni, isso causou consequências na própria organização social, ao correlacionar-se com funções mais abrangentes: “(...) A imprensa de instrumento de identificação e de pertinência social – a feminina ajuda a leitora a se identificar com o mundo proposto, do mesmo modo que a coloca numa determinada classe social” (1981, p.141).

Atualmente, vemos edições apinhadas de anúncios. Segundo Buitoni (1990), “(...) muitas das matérias são planejadas em função de um esquema publicitário subjacente” (p.63), fazendo com que as revistas mais pareçam catálogos de fabricantes. Em contraste com uma espécie de ciclo vicioso mercantil¹⁹ que constrói entre mulher-público e produtos diversos, está presente, na grande imprensa feminina, uma apologia à mulher independente, livre, trabalhadora e atendida. Para Pietra Méndez, essa nova abordagem adotada, a que supostamente contempla a emancipação das mulheres, é uma estratégia discursiva de mantê-las conectadas à sociedade de consumo:

(...) A mulher é vista não como sujeito de ações e mudanças capaz de construir novas relações sociais, mas como elemento da sociedade capitalista enquanto geradora de renda e usuária de mercadorias e serviços. Para cumprir esse novo papel social, os meios de comunicação propagam a idéia de mulher emancipada, bem-sucedida no mercado de trabalho, mas que, ao mesmo tempo, não abriu mão de sua feminilidade. Essa feminilidade, no entanto, é compreendida como um conjunto de atitudes e práticas sociais que podem ser resumidas pelo trinômio esposa-mãe-profissional, não necessariamente nessa ordem. Na atualidade, percebe-se que a imprensa brasileira regozija a mulher que consegue cumprir perfeitamente esse papel. (2007, p.16-17)

Para Buitoni (1981), nessa perspectiva de fazer mercado, a imprensa feminina acaba refletindo uma espécie de hedonismo individualista.

Prazer de descansar, de dançar, pintar, comer, comprar... Prazeres para os cinco sentidos, sempre uma visão individualista. (...) O individualismo, o isolamento egoísta, o prazer como sentido de vida. Eis a nova mulher, antiga por dentro, nova por fora (...). (1981, p.115)

Partindo dessa ideia, a autora defende que a sensação de intimidade construída entre revista e leitora e a insistente defesa de um individualismo consumista

¹⁹Quanto a essa espécie de “ciclo vicioso mercantil”, Buitoni (1981) comenta que “O circuito está fechado: o conteúdo vende a revista para a leitora (ou a atrai) e a editora vende a leitora para o anunciante” (p.105).

“anestesia” as mulheres quanto aos conflitos sociais, minimizando-os frente aos “conflitos íntimos”. “Transferindo a solução de maior parte da esfera pública para a privada, as revistas contribuem para reforçar o pessoal em detrimento do social” (BUITONI, 1990, p.69). Defende, portanto, que há uma despolitização por parte da grande imprensa feminina. Mas, até agora, contemplamos em nossa pesquisa um matiz bem específico da enorme gama de veículos impressos voltada para o público feminino. Não podemos, no entanto, nos fecharmos na ideia simplista de que a imprensa feminina apenas futilizou e mercantilizou as mulheres, desde sempre²⁰. Façamos, a partir de agora, um levantamento bibliográfico referente à parte da imprensa feminina que, longe de ser “apolítica”, vem impulsionando discussões sociais acerca da emancipação das mulheres.

3.4. Imprensa Feminista

Desde seus primeiros passos, não é estranha à imprensa feminina brasileira a defesa dos direitos à cidadania das mulheres. Logo no século XIX, tivemos mulheres à frente de jornais emancipacionistas defendendo causas como o direito das brasileiras à instrução completa. Segundo Buitoni (1981), os mais expressivos veículos de comunicação brasileiros a trazer esses ideais do século XIX foram *O Sexo Feminino* (1875) e *A Família* (1889). Apesar de conter ideias mais contestadoras, a autora comenta que os jornais feministas da época não eram muito diferentes do restante da imprensa feminina. “Todos traziam literatura, moda, entretenimento. Os órgãos feministas não deixavam de lado a distração, conseguindo, deste modo, garantir a simpatia do público” (BUITONI, 1990, p.53).

Mas é a partir do século seguinte que a imprensa feminina mais reivindicatória ganha força e números. Após conquistas como a do voto feminino em 1932, o movimento feminista busca o seu espaço de debate nas páginas do que Karina Weitowicz denomina de “mídia alternativa feminista” (2008, p. 08). Os anos 1970-1980, para Buitoni (1990), representaram uma espécie de apogeu da imprensa feminista

²⁰É válido resgatar a afirmativa de XAVIER FILHA quanto a não passividade das mulheres leitoras diante do discurso da imprensa feminina: "(...) não se percebe ou se concebe a leitora da imprensa feminina como pessoa passiva e sem capacidade de raciocínio ou de senso crítico. A contestação, a negação das ideias expressas, o repúdio, dentre tantas outras formas de se posicionar diante dos vários ensinamentos repassados pelas mais diversas instâncias educativas, também são possibilidades de interagir com os discursos veiculados, eis mais um dos elementos que compõem o dispositivo pedagógico produzido pela imprensa em questão. O que se enfatiza é que todas essas formas de atuar e produzir conhecimento sobre o mundo e sobre si mesmo/a estão permeadas por questões de poder, que acabam por constituir várias formas de vivenciar a feminilidade e a sexualidade" (2010, p.37).

no Brasil, “Decorrência das contradições urbanas e sociais aumentadas pelos anos de ditadura. Até então, havia uma ou outra manifestação feminista, mas sempre dentro da grande imprensa” (p. 54). Os jornais *Brasil Mulher*, *Nós Mulheres* e *Mulherio*, editados e distribuídos entre 1976 e 1983, foram os mais expressivos, por darem “cobertura a assuntos até então desprezados pela grande mídia. Periferia, sindicatos, creche, direitos trabalhistas da mulher, custo de vida eram pontos importantes na pauta” (BUITONI, 1990, p.55).

Esta nova forma de contemplar as mulheres é, então, diferenciada do modelo tradicional. Buitoni conceitua: “(...) Imprensa feminina é aquela dirigida e pensada para as mulheres. A feminista, embora se dirija ao mesmo público, se distingue pelo fato de defender causas” (1990, p.16). Enquanto a grande imprensa feminina se focava no visual, na imagem, nas cores, nas revistas, a imprensa alternativa feminista era veiculada em jornais, que, na maioria das vezes, contavam com uma estrutura de produção e distribuição precária. “Muitas vezes de forma artesanal e com poucos recursos, estes veículos eram publicados com o firme propósito de divulgar a causa feminista, dentro e fora do movimento” (WOITOWICZ, 2008, p.13).

Para Buitoni (1981), a proposta da imprensa alternativa feminista também destoa da imprensa feminina geral quanto ao público-alvo. Enquanto as grandes revistas, por questões econômicas e mercantilistas, buscam a atenção de mulheres de poder aquisitivo compatível ao nível dos produtos que anunciam, a imprensa feminista se propõe a:

Discutir os problemas femininos e também de popularizar a linguagem a fim de atingir as classes baixas. Nem todas as colaboradoras tinham formação universitária, nem eram todas jornalistas. (...) De qualquer modo, essas publicações começaram a dar cobertura a assuntos até então desprezados pela grande imprensa. Carestia, sindicato, salários e direitos trabalhistas da mulher, alimentação, terrenos clandestinos e outros. Mesmo os temas tradicionais, como crianças, recebiam um enfoque, um ponto de vista mais feminino e consciente (BUITONI, 1981, p.117)

Não escapa ao debate feminista as consequências e causas de uma “lógica impulsionadora da cultura do consumo e de imagens estereotipadas da mulher” (WOITOWICZ, 2008, p.06) na grande imprensa. Utilizando da própria voz, a imprensa alternativa feminista brasileira passa a “lançar críticas ao tratamento de determinadas questões e à propagação de valores de uma ideologia hegemônica que reforça a desigualdade entre homens e mulheres” (idem). Leila Barsted (apud. WOITOWICZ, 2008, p.16) comenta que tais veículos de comunicação “se apresentam inseridos numa

estratégia de educação do movimento feminista, de recriação da identidade social da mulher e de resgate de nossa história.” (BARSTED apud. WOITOWICZ, 2008, p.16).

A crítica feminista – presente em seus veículos de comunicação, inclusive – à grande imprensa feminina é, portanto, segundo Woitowicz (2008) a negação às vezes das mulheres como seres sociais:

A necessidade de uma imprensa feminista própria colocou-se, assim, a partir da consciência de que os meios tradicionais de comunicação, esfera de atuação dos donos do poder, e até mesmo alguns setores da imprensa alternativa, ou ignoram a mulher, ou reforçam os estereótipos discriminatórios a seu respeito, ou a manipulam enquanto objeto de consumo-consumidora. Ou seja, negam a existência de um falar feminino e, portanto, de uma mulher sujeito de sua fala e de seu desejo. (p.10)

Tendo em vista que os jornais e revistas de cunho feminista refletem – e reverberam – o discurso do referente movimento social,

É possível pensar a mídia alternativa feminista como um lugar de resistência e construção de identidades (...). Assim, ao inserirem as práticas comunicativas como mecanismos de ação política, os grupos feministas brasileiros reconhecem a importância de criar canais contra-hegemônicos, capazes de produzir discursos contrastantes e legitimar direitos ainda não conquistados pelas mulheres. (WOITOWICZ, 2008, p.14)

Até agora, tivemos contato com uma gama de conceitos que especificam história e características da imprensa feminina, de um lado, e da chamada imprensa alternativa feminista de outro. Cada qual com suas funções, intenções e ideologias. Alguns autores, porém – por vezes, os mesmos que nos serviram de base para traçar tais distinções –, esclarecem que essa divisa imaginária traçada entre imprensa feminina e imprensa feminista nem sempre é tão nítida. Em ambas, mulheres são o público e o assunto principal. Temáticas se entrelaçam. Vejamos, então, como se dá o diálogo entre esses dois discursos aparentemente opostos entre si.

3.5. Imprensa Feminina e Imprensa Feminista em diálogo

Um diálogo complexo, que divide autores quanto aos seus aspectos positivos e negativos. Começamos lançando um questionamento-chave feito por Buitoni (1990), ao se deparar com toda a crítica negativa à abordagem dada ao conteúdo presente nos veículos de comunicação femininos tradicionais: “Mas uma imprensa que tem mais de duzentos anos e atinge milhões de leitoras não reunirá vários pontos defensáveis?” (p.11). Segundo Eugênia Cabral, o surgimento da imprensa feminina no país “respondeu a uma necessidade da burguesia de elevar o nível das mulheres de sociedade e à necessidade das mulheres de exprimirem suas queixas e reivindicações” (p.05). Pode-se enxergar além do cunho “pedagógico” presente nesses primeiros

exemplares de revistas femininas. Temas referentes ao “universo feminino” vinham imbuídos, ainda que de forma discreta e pouco impositiva²¹, de campanhas pelos direitos das mulheres.

Inicialmente direitos simples, tão elementares que, talvez, hoje não se consiga enxergar a amplitude do que elas queriam e pelo que lutavam. O direito de receber instrução completa e educação superior de forma digna, o direito de exercer profissões quaisquer que desejassem, o direito de ler e escrever e, mais tarde, o direito ao voto (CABRAL, p.04-05)

A partir dos anos 1960, quando já se discutia abertamente sobre as condições das mulheres no Brasil e no mundo, em busca do fator novidade, a imprensa feminina inseria em suas páginas, segundo Méndez, aspectos do feminismo “que lhes eram interessantes para transformá-lo em um produto mercadológico” (2007, p.17). Buitoni – a mesma que lança o questionamento referente aos pontos defensáveis da imprensa feminina – posiciona-se, quanto ao “empréstimo” de aspectos feministas em páginas “femininas” da década de 1980, da seguinte forma:

Divulga-se o feminismo porque está na moda - mais uma que veio dos países desenvolvidos - e não porque se pretende defender os direitos da mulher ou promover transformações em nosso contexto social. O feminismo está nas páginas da imprensa feminina como está a discoteca, o [sic] homossexualismo, a malha colante, as estátuas chinesas, o bambu, que agora virou cana-da-índia. Apenas um signo a mais da modernidade de aparência. (1981, p.133)

Seguindo a mesma linha de pensamento, Méndez fala da presença de um feminismo pasteurizado na grande imprensa feminina que “contribuiu para edificar uma nova imagem da mulher, aparentemente independente e livre, porém, condenada a ser – no máximo – sujeito da sociedade de consumo” (2007, p.17).

A imprensa feminista, por sua vez, também apresenta certos pontos em comum com a grande imprensa feminina. No tópico anterior, falou-se das intenções iniciais do movimento feminista de se dirigir, através de suas publicações, às classes menos abastadas. Apesar disso, as causas e ideias do movimento não deixaram de alcançar o público para o qual a imprensa mercadológica feminina se dirige:

Fora da imprensa ideológica, os jornais eram utilizados para entretenimento, trocas de ideias e informações entre as classes. Os periódicos feministas começaram a levar as mulheres, em sua maioria de classe alta e média, a repartirem experiências e organizarem suas reivindicações (CABRAL, p.04)

A questão da temática da imprensa feminista é outro ponto a ser considerado. Não só de artigos “revolucionários” são compostas as publicações

²¹Xavier Filha fala da presença discreta do discurso feminista na grande imprensa feminina, ainda que houvesse o “medo, por parte da revista, em se intitular como ‘feminista’, ou mesmo de incitar a um levante o público de leitoras” (2010, p.04-05).

declaradamente feministas. Além de trazer questionamentos relacionados aos direitos das mulheres, violência doméstica, espaço na política, etc., revistas como *Nós Mulheres* e *Mulherio* – já extintas – e *Estudos Feministas* e *Mátria* – ainda em circulação e com versão para acesso online – debatem também alguns temas comuns na grande imprensa feminina, como maternidade, mulheres no mercado de trabalho, sexualidade. O grande diferencial está na abordagem, na perspectiva dada ao assunto e na linguagem utilizada.

4. Análise dos editoriais da Revista *Mátria*

4.1. Metodologia

A partir do levantamento bibliográfico elaborado nos dois primeiros capítulos, faremos uma análise do discurso da Revista *Mátria*, lançada pela Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE). O objetivo é tentar compreender como a temática de gênero e a representação da mulher são abordadas e construídas na publicação.

Já vimos no capítulo 2, que o discurso possui diferentes conceitos e representa a forma com que um sujeito ou um grupo expressam suas identidades e relações com o outro no contexto social em que estão situados, mas retomemos rapidamente o assunto para inserir o conceito de Antônio Chizzotti (2006), que diz que, na pesquisa, a Análise do Discurso “é análise de um conjunto de ideias, um modo de pensar ou um corpo de conhecimentos expressos em uma comunicação textual ou verbal, que o pesquisador pode identificar quando analisa um texto ou fala” (2006, p.120). A Análise do Discurso não restringe a produção discursiva ao que está explícito pelas palavras, mas também no contexto em que essa produção se deu/se dá. Portanto, traçaremos a seguir o perfil da Revista *Mátria* e a contextualização de sua criação.

4.2. Revista *Mátria* – História e Contexto

A CNTE publica a Revista *Mátria* desde o ano de 2003. A periodicidade é anual: a revista sai a cada dia 8 de março, data em que é comemorado o Dia Internacional da Mulher. As onze edições lançadas até o ano de 2013 foram elaboradas pela Secretaria de Relações de Gênero da entidade. A Revista *Mátria* traz reportagens, artigos científicos, artigos de opinião e entrevistas que contêm histórias de vida, dados concretos e informações acerca da presença e atuação das mulheres em vários setores sociais, como no meio artístico, econômico, político, além de levantar questões quanto à violência e à discriminação contra as mulheres ainda existente no Brasil.

Para compreendermos a relação entre a temática específica da publicação e a organização sindical que a produz, traçamos um breve histórico e o quadro político e social da CNTE. No Brasil, os trabalhadores em educação começaram a se organizar em associações a partir de 1945. Em 1960, foi fundada a primeira grande associação de educadores do país, a Confederação dos Professores Primários do Brasil (CPPB).

Dezenove anos depois, devido a alterações estatutárias e a aproximação de professores secundários ao movimento, a CPPB virou simplesmente Confederação dos Professores do Brasil (CPB). No período entre 1982 e 1988, em que o país estava vivendo um processo gradual de redemocratização, a CPB se consolidou como entidade sindical federativa e ferramenta fundamental de organização dos docentes brasileiros. Em 1988, filiou-se à Central Única dos Trabalhadores (CUT)²². Só no ano de 1990, após um congresso que objetivava unir as federações relacionadas à docência numa mesma entidade nacional, a CPB passou a se chamar CNTE²³.

A luta setorial organizada pela CNTE se pauta na valorização específica dos trabalhadores em educação, como o enfrentamento à múltipla jornada de trabalho, a mobilização pela profissionalização e pelo piso salarial profissional nacional. A entidade também atua em questões menos específicas da categoria, mais voltadas à sociedade de um modo geral. Algumas dessas pautas são a mobilização pela garantia dos direitos sociais e pela ampliação dos espaços de cidadania. Põe em discussão temas como reforma agrária, exploração do trabalho infantil, racismo e – vide a temática da própria Revista *Mátria* – opressão de gênero.

Segundo dados disponíveis no site oficial da CNTE (www.cnte.org.br), acessado em 03/11/2013, mais de 80% dos sindicalizados na entidade são mulheres. Diante desse quadro, a CNTE, através de seu estatuto, atribui funções específicas à Secretaria de Relações de Gênero. Dentre as principais atribuições, está a de coordenar e desenvolver atividades pertinentes às relações de gênero dos trabalhadores em educação. O objetivo desse setor da entidade, portanto, é envolver a entidade na luta pela emancipação e resguardo dos direitos das mulheres brasileiras.

²²A Central Única dos Trabalhadores (CUT) foi fundada em 28 de agosto de 1983, na cidade de São Bernardo do Campo, São Paulo, em meio ao cenário repressivo da Ditadura Militar brasileira, que se estenderia até 1985. O sindicato se baseia na defesa dos interesses da classe trabalhadora brasileira, organizando e conduzindo sua luta em prol de melhores condições de vida e trabalho. Segundo o perfil institucional da Central, disponibilizado no site oficial, os marcos estratégicos da entidade são: o fortalecimento da democracia, o desenvolvimento com distribuição de renda e valorização do trabalho. "A luta pela universalização dos direitos, bandeira histórica, é cotidianamente reafirmada com a participação ativa da Central na construção de políticas públicas e afirmativas de vários setores e segmentos da sociedade, com destaque para mulheres, juventude, pessoas com deficiência física, saúde, combate à discriminação racial, idosos, entre outras." (disponível em: <<http://cut.org.br/institucional/38/historico>>. Acessado em: 06/11/2013). Atualmente, a CUT é a maior central sindical do Brasil e da América Latina e a 5ª maior do mundo, contando com 3.806 entidades filiadas - dentre elas, a CNTE - e cerca de 7 milhões e 900 mil trabalhadoras e trabalhadores associados.

²³Atualmente, a CNTE tem sede em Brasília, conta com 44 entidades filiadas e mais de um milhão de sindicalizados. (Dados disponíveis em: <<http://www.cnte.org.br/index.php/institucional/a-cnte.html>>. Acessado em: 05/11/2013.

Desde o ano 2000, a CNTE trabalha na produção de material gráfico informativo ligado a questões feministas. Antes de projetar a *Mátria*, a entidade distribuía aos sindicatos filiados, no Dia Internacional da Mulher, um cartaz e uma pasta com textos soltos sobre temas como violência, questão de gênero e igualdade de oportunidades. A partir de 2001, quando a agência Frisson Comunicação assumiu a conta da CNTE, foi proposta a ideia de transformar essas peças soltas numa publicação só, para que o debate fosse contemplado de forma mais organizada, com o devido destaque e à base de uma produção verdadeiramente jornalística. O ano de 2003 foi o primeiro do governo Lula, em que houve um fortalecimento de políticas públicas voltadas para questões sociais. Houve também um forte favorecimento de organizações sindicais, como a CUT – e, conseqüentemente, a CNTE –, vinculadas há muito tempo ao Partido dos Trabalhadores (PT). Surge, então, nesse contexto político, a Revista *Mátria*, como um produto concreto da relação entre a entidade sindical e as questões sociais referentes à discussão de gênero. Seu projeto gráfico, além da redação e edição, é feito, desde então, pela Frisson Comunicação.

Atualmente a revista é coordenada pela própria secretária de Relações de Gênero da CNTE, Isis Tavares Neves, e tem como jornalista responsável Kátia Maia. A tiragem de cada edição não é fixa. Apresentou, até a edição mais atual, uma variação de 10 mil a 27 mil exemplares. Isso porque a CNTE financia integralmente apenas 10 mil exemplares, sendo a eventual tiragem extra encomendada e financiada pelos sindicatos filiados a CNTE. A revista não é vendida em bancas e livrarias. É enviada para os sindicatos filiados, que, por sua vez, enviam-na gratuitamente para escolas públicas e entidades governamentais ligadas a políticas públicas para as mulheres e educação de todo o país.

4.3. Análise dos editoriais

Ao selecionar as duas primeiras e as duas últimas edições da Revista *Mátria* – publicadas em 2003, 2004, 2012 e 2013 – será feita a análise dos elementos discursivos textuais dos editoriais. A intenção é demonstrar os caminhos da construção de sentido das representações do feminino produzidos pela Revista *Mátria*, de modo a sensibilizar o leitor a um olhar diferenciado sobre a mulher. O recorte de tempo que selecionamos para elaborar a análise permite o vislumbre amplo de conexões, possíveis rupturas e/ou mudanças nos discursos ideológicos imbricados na linha editorial da revista.

Além da *Mátria*, a CNTE já publicara artigos científicos e livros²⁴, a maior parte deles de caráter acadêmico e diretamente voltado para educadores e coordenadores pedagógicos. Longe de enquadrar o “preceito jornalístico” da objetivação, da isenção, dogmatizado pelo jornalismo norte-americano, a *Revista Mátria*, logo no editorial da primeira edição, apresenta posicionamento e objetivos bem definidos:

Esta revista (...) tem dupla função: informativa e educativa. Desta vez, procuramos dar um caráter jornalístico à peça, a fim de aproximá-la da realidade de um público que não circula nos espaços de engajamento político; ao mesmo tempo em que mantivemos a vertente acadêmica tradicional, de modo a permitir que os dados factuais possam ser analisados à luz do pensamento feminista moderno (*Revista Mátria*, 2003, p. 01)

Portanto, analisar os editoriais é essencial para compreender como se compõe o engajamento da CNTE com a temática de gênero proposta pela revista. Segundo José Marques de Melo, “Editorial é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento” (2003, p.103). Sendo a CNTE uma entidade de grandes proporções numéricas de sindicalizados e organização interna bem definida, muito mais do que simplesmente divulgar “a opinião do dono”, o objetivo dos editoriais da *Revista Mátria* é mostrar o que se quer fazer crer que seja parte da identidade do sindicato, isto é, editoriais são reforços identitários. Novamente em Melo (2003), o discurso do editorial “constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico. Sua vocação é a de apreender e conciliar os diferentes interesses que perpassem sua operação cotidiana” (p.104). Como já foi mencionado, mulheres são a grande maioria no quadro de sindicalizados da CNTE. Os editoriais da *Mátria*, portanto, são construídos no sentido de ampliar a identificação da entidade com lutas políticas que vão além das reivindicações da categoria profissional que representa.

Os dois editoriais mais antigos – das edições de 2003 e 2004 – e os dois mais atuais – das edições de 2012 e 2013 – desempenham, de formas diferentes, o papel de evidenciar ao leitor o alto nível de engajamento da CNTE com a questão de gênero e as demandas das mulheres por espaço e respeito na sociedade. O primeiro é assinado por “Diretoria CNTE”, o segundo não apresenta assinatura, e nos dois mais recentes consta a autoria “Diretoria Executiva da CNTE”.

²⁴ Alguns livros publicados pela CNTE: "Identidade Expropriada: Retrato do Educador Brasileiro", "Retrato da Escola no Brasil" e "Dois séculos de atraso", todos disponíveis para visualização no site da entidade.

Os quatro editoriais em estudo apresentam palavras e expressões-chaves que constroem um discurso de reforço à concordância da entidade com ideais feministas. Nas edições de 2003, 2004 e 2012, as mais recorrentes são “igualdade” e “justiça”. A seguir, em quantidade:

Editorial de 2003	
Palavra ou expressão-chave	Quantidade de aparições no texto
"Igualdade"	3 vezes
"De modo igualitário"	2 vezes
"Justiça"	2 vezes

Editorial de 2004	
Palavra ou expressão-chave	Quantidade de aparições no texto
"Igualdade"	3 vezes
"Luta contra as desigualdades"	1 vez
"Mundo justo"	1 vez

Editorial de 2012	
Palavra ou expressão-chave	Quantidade de aparições no texto
"Igualdade"	5 vezes
"Justiça"	2 vezes

No editorial de 2013, a revista *Mátria* abriu mão dessas duas palavras-chaves positivas mais recorrentes e utilizou três outras que também possuem carga semântica de forte ligação com o feminismo moderno: “autonomia”, “poder” e “respeito”. É necessário salientar que fazer uma triagem quantitativa das palavras e expressões-chaves não significa indicar exatamente o que elas representam no texto como um todo. O significado dessas palavras e expressões se define em um contexto expressivo.

Os editoriais dos primeiros dois anos da Revista *Mátria* são uma espécie de apresentação não restritamente do exemplar aos quais fazem parte, mas da proposta da publicação como um todo. Os editoriais de revistas apresentam características diferentes dos de jornais. Segundo Maria Helena Vieira (2009): “Nos editoriais de jornais, verifica-se o posicionamento sobre determinada questão político social ou econômica em destaque no momento, e espera-se conseguir adesão do leitor ao ponto de vista da instituição” (p. 119), enquanto que, nos editoriais de revistas, além de se posicionar

quanto a assuntos inseridos em tempo e espaço contextuais, o enunciador incita o leitor a ler as matérias do interior da revista. “Para atingir esse objetivo, o enunciador faz uma apresentação dos assuntos e tece ligeiros comentários, na tentativa de provocar uma reação no leitor” (VIEIRA, 2009, p.119).

Nos textos de 2003 e 2004, algumas palavras-chave de carga negativa também compõem o discurso feminista que a revista se propõe a construir. Carga negativa no sentido de representarem realidades a serem categoricamente combatidas no seio da sociedade e, conseqüentemente, discutidas na própria revista. No editorial de 2003, “intolerância”, “desigualdade”, “preconceito” e “sexismo” – esta aparecendo duas vezes no texto – cumprem esse papel. Já no editorial de 2004, “opressão” e “discriminação” se fazem presentes.

4.3.1. Editorial de 2003

É um texto que demonstra, em diversos aspectos, ter a função primordial de apresentar a revista recém-lançada. Logo no primeiro parágrafo, o nome da publicação é explicado: “Mátria. Complemento e antítese de pátria. Pátria, de pai; Mátria, de mãe. Pátria da moeda e da espada; mátria da inclusão e da igualdade. Este é o verdadeiro sentido da luta da mulher pela igualdade de direitos.” (MÁTRIA, 2003, p.01). Trata-se de um discurso contra-hegemônico, em que a mulher é apresentada como o oposto do homem detentor do poder, representado na Pátria, na nação. No decorrer do texto, o autor faz diversas referências baseadas na ideia de maternidade, de mulher-mãe. No título do editorial, inclusive. “Mátria amada”. Não somente uma revista chamada Mátria a ser amada, mas também um país-Mátria que resguarde a igualdade de direitos entre gêneros. Outra referência surge no primeiro parágrafo do corpo do texto: “Fazer com que o mundo seja um lugar onde, *como no coração de uma mãe*, todos tenham espaço (...)” (MÁTRIA, 2003, p.01. Grifo nosso). Utiliza-se do senso comum que versa que “em coração de mãe sempre cabe mais um”. Mais à frente, fala-se dos “valores maternos universais”:

Uma piada bastante popular entre adolescentes diz que ‘mãe é tudo igual, só muda de endereço’. Há uma certa verdade nisso: o reconhecimento de que os valores identificados como “maternos” são universais. Se assim são, então o destino da humanidade só tem a ganhar na medida em que incluir a participação da mulher, de modo igualitário (...) (MÁTRIA, 2003, p.01)

Novamente, recorre-se ao senso comum para cumprir com o “tema” dado ao editorial: a mulher como gênero que gesta, gera, ensina e dá carinho, tudo isso de forma

natural e evidente. Tendo isso em vista, deixa-se claro que a publicação, que é declaradamente guiada pelo pensamento feminista moderno, não se recusa a tratar de temas – como a maternidade e a gestação – que também são pautados por revistas da chamada grande imprensa feminina. E, no caso da maternidade, o tema é priorizado de tal forma que virou a justificativa do nome da revista.

Apesar da exaltação à condição natural da mulher de ser humano que gera, os editoriais da revista *Mátria* tratam de ressaltá-las como componentes essenciais da vida social. Como texto basicamente introdutório e explicativo, o editorial da primeira edição traz o posicionamento claro da revista quanto a participação das mulheres na sociedade e quanto as suas características biológicas:

Não repudiamos nossa feminilidade, nossa sexualidade, nem nossas diferenças; de fato, as acentuamos como marca de nossa identidade e condição. Mas para muito além da biologia e da anatomia, somos seres sociais, vítimas de uma história que nos delegou, ao longo de milênios, um papel menor na condução dos destinos de nossos povos. É isso que repudiamos. É isso que queremos mudar. (*MÁTRIA*, 2003, p.01)

O trecho, em primeira pessoa, passa a ideia de que a equipe que guia a produção da revista é composta por mulheres, e isso acaba reforçando o alto grau de engajamento da publicação com a causa-tema. São trabalhados também ideais de suma importância – e, muitas vezes, divergências – nos debates feministas: a questão da feminilidade, da sexualidade e da particularidade semântica da palavra “diferenças”. Vimos que a revista não se recusa a tratar de alguns temas que supostamente se encaixariam no que a grande imprensa feminina denominou de “universo feminino”, já comentado no capítulo 2 dessa pesquisa. No editorial de 2003, ao declarar que não repudia a feminilidade das mulheres, a publicação assume posição – no caso, a de concordar com o termo e, portanto, publicá-lo sem maiores questionamentos – numa discussão bastante polêmica do feminismo²⁵. Quanto à questão da sexualidade, utilizada no trecho do primeiro editorial, não é imediatamente esclarecido o sentido da palavra, que pode se referir à prática sexual e também à orientação sexual das mulheres. A palavra “diferenças” é utilizada como item que resume a variedade de características físicas, psicológicas e sociais entre mulheres e homens. Desde o início do texto, o discurso dialoga com o ideal masculino, criticando-o. Em “(...) nossas diferenças; de

²⁵“Feminilidade” vem de “fêmea”, o antônimo biológico do “macho” da espécie. Ser mulher não seria, portanto, equivalente a ser feminina? Se não, o que é ser feminina e o que é ser mulher? E o com base em quê se define um estado de ser feminina, a referida feminilidade? Como vimos no capítulo 2 da pesquisa, o movimento feminista é muito amplo, diverso e, muitas vezes, divergente. A “feminilidade” é bastante debatida nos grupos e nem sempre é aceita como um conceito conclusivo, coerente.

fato as acentuamos como marca de nossa identidade e condição” (MÁTRIA, 2003, p.01), constrói-se um clamor por respeito às diferenças. A tentativa da revista de proteger os direitos igualitários entre mulheres e homens, porém, acaba dando a entender que a “condição feminina” é considerada por si só “o diferente”, ou seja, acaba-se reconhecendo a hegemonia do ideal masculino.

A Matria foi projetada para ter maior circulação em ambiente escolar e sindical. Em face disso, destaca-se, no primeiro editorial, o interesse em atingir um público bastante diverso:

Desta vez, procuramos dar um caráter jornalístico à peça, a fim de aproximá-la da realidade de um público que não circula nos espaços de engajamento político; ao mesmo tempo que mantivemos a vertente acadêmica tradicional (...). (MÁTRIA, 2003, p.01)

A Matria inclui na expectativa de audiência, portanto, não somente professores, mas também alunos de todas as idades, acadêmicos, trabalhadores e dirigentes sindicais, o que indica que a publicação não se ateve em delimitar um “perfil do leitor” detalhado – diferentemente de revistas da grande imprensa feminina, que estudam fatores como faixa etária e poder aquisitivo das leitoras as quais devem atingir. Dentro dessa perspectiva de não restrição de possíveis leitores, a Revista Matria estimula uma forma de engajamento que vem sendo debatida desde os primórdios da luta das mulheres, mas que só começou a ser mais massivamente apoiada pelas vertentes do feminismo moderno: a relevância da conscientização e participação dos homens nas demandas das mulheres por igualdade de direitos e respeito. No editorial da edição de 2003, o posicionamento da revista quanto a esse assunto é destacado como finalização do texto, novamente se utilizando de um saber popular acerca da maternidade como referência comparativa:

É importante ressaltar, ainda, que a revista não é voltada exclusivamente para o público feminino. Pelo contrário, assim como o “coração de mãe”, ao qual nos referimos no início deste editorial, ela deve circular em todos os ambientes, para todos os leitores, de todas as idades. (MÁTRIA, 2003, p.01)

Num outro momento, o editorial da Matria do ano seguinte reforça que a publicação é favorável ao engajamento do gênero masculino nas questões referentes à temática central da revista: “A luta pela emancipação da mulher deve ser também dos homens” (MÁTRIA, 2004, p.01). O que chama atenção nesse trecho é o fato de “mulher” estar no singular e “homens”, no plural. E aí se encontra outra discussão feminista: seria o uso do plural ou do singular na referência ao gênero uma escolha linguística meramente opcional e independente de questionamentos sociais mais

aprofundados? Usar a palavra “mulher”, assim no singular, dá um sentido de unidade, de que “a mulher” é quase uma entidade genérica. Seguem, em quadro, alguns dados numéricos quanto ao uso do plural e do singular em referência ao gênero feminino nos editoriais analisados:

	Quantidade de aparições do termo "mulher"	Quantidade de aparições do termo "mulheres"
2003	2 vezes	Nenhuma
2004	3 vezes	1 vez
2012	1 vez	5 vezes
2013	2 vezes	5 vezes

Propositalmente ou não, nas duas edições mais recentes, toma-se o maior cuidado em utilizar o plural, que condiz mais com a afirmação feita no primeiro editorial, de que, ao reconhecerem suas diferenças quanto aos homens, as mulheres passam a acentuarem e se orgulharem de suas identidades. Apesar disso, variar entre o singular e o plural demonstra que a publicação não se preocupou em adotar um padrão linguístico e mesmo ideológico de referência em seus editoriais.

4.3.2. Editorial de 2004

Aprofundemos agora a análise no editorial da edição de 2004 da Revista *Mátria*. O tema desse são as mobilizações e luta pelo fim do sexismo e busca pela igualdade de direito entre gêneros. No decorrer do texto, destaca-se principalmente algumas medidas governamentais e trabalhistas nesse sentido. Num posicionamento pró-governista não velado, o editorial define a então gestão presidencial de Luís Inácio Lula da Silva como promissora no que diz respeito a proporcionar mais possibilidades em prol dessa luta: “O Brasil vive hoje uma conjuntura contraditória, na qual o novo e promissor cenário político criado pelo governo Lula convive com a política econômica conservadora, subordinada ao FMI” (MÁTRIA, 2004, p.01). Mas, ao mesmo tempo que apoia o governo, o critica. Essa estratégia serve para gerar um efeito de “independência”: a publicação afirmando que seu compromisso não é apenas com o governo, mas com o leitor, com o povo. Além disso, a revista reduz o peso da responsabilidade nos ombros do governo com relação ao andamento de certas políticas, como a econômica, vinculada ao Fundo Monetário Internacional (FMI), delegando ao próprio povo/leitor e a si própria o papel de mobilização para mudar esse quadro e buscar maior respeito e participação das mulheres nos diversos setores sociais:

Hoje, nosso desafio é elaborar, propor e mobilizar as trabalhadoras e trabalhadores, em defesa de um novo projeto de desenvolvimento para o Brasil, alternativo ao neoliberalismo, com ênfase na soberania nacional e na valorização do trabalho como fonte da retomada do crescimento sustentado da economia, com distribuição de renda. Articulando as lutas nacionais e internacionais com as lutas contra as desigualdades de gênero, raça/etnia. (MÁTRIA, 2004, p.01)

Cumprindo com a definição de José Marques de Melo (2003), já anteriormente citada, de que editoriais expressam a opinião oficial da instituição quanto aos fatos mais relevantes no momento, os da Revista *Mátria* em análise apresentam trechos de forte conexão com o período em que foram publicados. A manifestação mais primordial disso está no subtítulo do editorial da edição de 2004 da publicação: “Mulheres devem lutar por um mundo justo o ano inteiro e não apenas em uma data comemorativa” (MÁTRIA, p.01). Aí a revista se posiciona quanto à época em que anualmente é publicada: no Dia Internacional da Mulher. E deixa claro que não apoia a mobilização apenas no mês em que é lançada. Em outros momentos do editorial de 2004, essa conexão com o contexto temporal também se apresenta. O terceiro parágrafo é alusivo ao Ano Internacional da Mulher e à primeira edição da conferência que aconteceria naquele ano: “Temos a realização da Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, na qual devemos ter uma atuação destacada em cada estado” (MÁTRIA, 2004, p.01). No quarto parágrafo do editorial de 2004, há outra conexão temporal muito relevante para o editorial, por demonstrar o interesse da *Mátria* em pautar um assunto largamente debatido tanto pelo movimento nacional de trabalhadores quanto pelo movimento feminista: o exercício do direito ao voto consciente. “Neste ano acontecem também as eleições municipais nas quais nossa atuação deve ser significativa” (MÁTRIA, 2004, p.01). Nesses dois últimos trechos citados, utiliza-se da primeira pessoa do plural para reafirmar que quem faz a revista são mulheres, o “nós mulheres da Revista *Mátria*”. E o “nossa” usado vai além: trata-se de uma chamada para o engajamento eleitoral, para a política partidária. Diante do apoio claro ao governo Lula, do PT, pode-se entender esse “nossa” como uma possível identificação das leitoras/receptoras com os aliados do governo.

Observa-se também que o editorial de 2004 é finalizado com o esclarecimento do tema sobre o qual é construída a referente edição publicação e, conseqüentemente, o editorial em questão:

Toda essa extensa agenda de mobilização e lutas previstas para 2004 serviu para nos balizar nesta segunda edição da *Mátria*. Isso nos dá convicção de que a causa pela igualdade de direitos e oportunidades entre gêneros já

obteve muitas conquistas, porém ainda é preciso avançar mais. (MÁTRIA, 2004, p.01)

No trecho, são destacados possíveis efeitos positivos do primeiro ano de governo Lula – as consequentes “muitas conquistas”. Mesmo com isso, o incentivo à continuidade das lutas pela igualdade e contra opressão não delimita um espaço temporal conclusivo às demandas feministas: o debate e a mobilização não devem esmorecer. E é como dispositivo de subsídio ao debate teórico acerca dessa questão que a revista se posiciona. Isso é demonstrado nos dois últimos parágrafos do texto: “Esperamos que a leitura, mais do que agradável, seja útil. Boas lutas!” (MÁTRIA, 2004, p.01).

4.3.3. Editorial de 2012

E então partimos para a análise do editorial da edição de 2012 da Revista Mátria. Enquadrado num projeto gráfico diferente dos editoriais anteriormente analisados, os de 2012 e 2013 têm aspecto visual mais *clean*. A coluna de texto aumentou e o espaço em que se dispõem as fotos foi reduzido, de modo que os espaços em branco proporcionam uma estrutura estética menos “pesada”, mais agradável de se ler. A fonte do título do editorial ganhou maior corpo e o subtítulo de três linhas foi suspenso no novo projeto gráfico.



Figura 1: Primeiro layout de editoriais da Revista Mátria.



Figura 2: Layout mais recente de editoriais da Revista Mátria

O editorial de 2012 é, basicamente, comemorativo à décima edição da publicação. O texto é construído como um resumo da participação da Revista Mátria na questão de gênero nesses dez anos, desde a edição de 2003. Os primeiros parágrafos são destinados a traçar uma espécie de linha do tempo comentada dos avanços sociais, em seus diversos campos, quanto a participação das mulheres. A revista se posiciona como uma testemunha desses avanços: “Ao longo dessa década, a Mátria acompanhou as transformações do Brasil e do mundo. Testemunhou as mudanças, os obstáculos e os avanços que surgiram na histórica luta das mulheres por melhores condições de vida, igualdade e justiça social” (MÁTRIA, 2012, p.01). O título do editorial traz a expressão “Valeu a pena”, que relativiza esforços e resultado: penou-se para conseguir, mas, então, obteve-se um resultado satisfatório. Ambíguo, o título pode estar se referindo às dificuldades cruzadas no percurso de produção da revista durante esses dez anos, que se converteram num bom resultado, e também pode estar se referindo aos percalços e desafios que foram superados na luta das mulheres por igualdade de oportunidades, luta esta que não se concluiu, mas apresenta significantes saldos positivos. É válido destacar no contexto político desses avanços, inclusive, que, após oito anos de governo Lula, chegou ao poder, em 2010, a primeira mulher eleita presidente do País: Dilma Rousseff,

também vinculada ao PT e, conseqüentemente, aos movimentos sindicais, entre os quais a CUT e a CNTE.

A luta das mulheres por igualdade de direitos e oportunidades é historicamente marcada por obstáculos e conquistas. Como já foi dito, o editorial de 2012 comenta fatos da última década que se relacionam a questões feministas. No início do segundo parágrafo do texto, essa espécie de cronologia temática comentada é introduzida com: “Muito se percorreu e muito se conquistou. Por todo o caminho presenciamos a adoção de instrumentos importantes de apoio” (MÁTRIA, 2012, p.01). Esse trecho, carregado de um otimismo característico de textos comemorativos, evidencia que, a seguir, vão ser destacados os avanços da luta feminista em detrimento de seus maus momentos.

Começa-se então comentando a criação, em 2006, da Lei Maria da Penha como instrumento coercitivo à violência doméstica e familiar contra as mulheres. Desde o referente ano de criação, a lei vem sendo, edição após edição, discutida e apoiada pela Matria. Suas implicações na sociedade e na vida familiar de milhares de brasileiras tornaram-se pauta cativa, geralmente em forma reportagens “imperecíveis”, produzidas com base em informações que podem ser consumidas amanhã ou daqui a um ano, sem perder a validade²⁶.

Demonstrando a relevância do tema, a edição de 2012, comemorativa, referencia-o logo em seu editorial. Ainda seguindo a ideia “linha do tempo comentada”, no terceiro parágrafo do editorial, traça-se um paralelo entre a condição das mulheres até o ano de 2006 e, então, seis anos depois da criação da lei: “Na época, elas denunciavam menos, tinham medo, vergonha pela agressão sofrida. Hoje estão mais fortes e conscientes de seus direitos e do seu poder” (MÁTRIA, 2012, p.01). Usam-se palavras com forte carga semântica para marcar as diferentes situações e exaltar a situação atual: em “na época”, aparecem “medo” e “vergonha”, sentimentos negativos que vêm sendo destacados pelo movimento feminista como consequência direta do secular subjugo patriarcalista das mulheres; por outro lado, em “Hoje”, aparecem “fortes”, “conscientes”, adjetivos no plural, que tentam passar a ideia de universalidade das consequências positivas da adoção da lei. É feito um paralelismo para demonstrar o antagonismo desses dois momentos, com uma forte evidência de causa e efeito: antes da

²⁶São as chamadas pautas frias, discutidas anteriormente nesta pesquisa. A Revista Matria, como publicação que lança edições com intervalos de longo período de tempo – de um em um ano –, é construída com base nesse tipo de pautas. Assuntos universais ou pertinentes às realidades das mulheres brasileiras, que nunca perdem a validade quanto discussão referente à questão de gênero.

lei, tudo era caótico, depois, tudo melhorou. A ideia de que as mulheres como um todo estão se sentindo melhor, mais seguras. Ainda no mesmo parágrafo, segue a exaltação às consequências da Lei Maria da Penha: “Contam com delegacias especializadas em todo o país e, *embora as estatísticas demonstrem um aumento no número de agressões sofridas*, o que realmente mais cresceu foi a segurança que as mulheres sentem em denunciar” (MÁTRIA, 2012, p.01. Grifo nosso). A parte destacada, porém, trata-se de uma grave realidade que, apesar de ter muita relação com o tema violência doméstica e, conseqüentemente, Lei Maria da Penha, é comentada rápida e superficialmente. Não é comentada a referência estatística que evidencia esse aumento no número de agressões nem é debatida essa realidade paradoxal. Não é problematizada de fato a implementação dessa lei, que, como evidenciado no próprio trecho, não resultou em redução da violência. Na verdade, logo em seguida, o quadro paradoxal é amenizado – num discurso construído quase como uma defesa institucional ante o dado negativo constatado – pela comparação “o que realmente mais cresceu foi a segurança que as mulheres sentem”, que, por sua vez, é uma realidade mais animadora, porém menos concreta e, por isso, mais complicada de ser quantificada, se comparada aos números de agressões. Além de também não ter sido referenciada a fonte estatística que comprovasse as conclusões da comparação.

As situações econômica e política brasileiras dos últimos dez anos também são exaltadas no editorial comemorativo da edição de 2012. No quarto parágrafo, a revista associa esses dois fatores ao que caracteriza como “conquistas sociais e de gênero”, dentre elas, o fato de o Brasil ter se tornado “um país menos desigual para a sua população em geral (...)” (MÁTRIA, 2012, p.01). Nesse parágrafo mais geral, que fala sobre os avanços sociais para brasileiros de ambos os gêneros, a referência que traz o leitor de volta à especificidade temática da Matria é quando Michelle Bachelet é citada: “A própria diretora executiva da ONU Mulheres, Michelle Bachelet, fez questão de destacar, quando esteve no país, que 30 milhões de mulheres e homens saíram da pobreza e entraram para a classe média” (MÁTRIA, 2012, p.01). O uso do comentário de Bachelet se comporta como um aval: a constatação de sucesso das políticas é atestada não só pela revista, mas por uma fonte autorizada, legitimada, situada numa posição privilegiada de observadora, a ONU – que, por sua vez, é identificada com lutas sociais – e que é estrangeira – não mora no Brasil, então seria mais isenta. É um comentário legitimador da política implementada no país, e com a qual a revista concorda.

No parágrafo posterior, a relação entre fatores político-econômicos e a questão de gênero é mais evidenciada: “Com mais igualdade, aumentou a presença feminina nos postos de comando e liderança” (MÁTRIA, 2012, p.01). E os verbos “comandar” e “liderar” viram mote para introduzir um paralelo quanto a participação de mulheres em cargos políticos: “Há dez anos o governo contava com apenas 4 ministras. Uma delas, Dilma Rousseff, tornou-se em 2011 a primeira presidenta do país e hoje comanda um conjunto de 38 ministérios, sendo que 10 pastas são lideradas por mulheres” (MÁTRIA, 2012, p.01. Grifo nosso). O substantivo “presidente” é comum de dois gêneros, mas a flexão “presidenta” é aceita em dicionário como sinônimo de presidente mulher ou esposa do presidente. Observa-se que, no trecho supracitado, a Matria adota “presidenta”, a mesma forma de tratamento usada pelas instituições governamentais, ao se referir à Dilma Rousseff. Não é criticada – positiva ou negativamente – a atuação da Dilma Rousseff como chefe de Estado, mas, dentro do contexto em que o discurso se baseia na ideia de “avanços nos últimos dez anos” e de exaltação à “liderança”, destacar a presença de uma mulher no mais alto cargo eletivo do país é uma estratégia sutil de demonstrar o pró-governismo da entidade.

O editorial da edição de 2012 da Matria é o primeiro dos quatro em análise na presente pesquisa a fazer referência direta à capa. Esta traz a foto de uma menina que não é famosa, segurando um globo terrestre e com a bandeira do Brasil estampada na blusa. No penúltimo parágrafo do editorial da referida edição, explica-se a imagem: “Hoje, ao completar dez anos de vida, a Revista traz na capa a jovem Amanda. Também com 10 anos de idade, ela tem no futuro a esperança de dias menos desiguais e mais justos” (MÁTRIA, 2012, p.01). O globo terrestre e a estampa da bandeira nacional representam essa esperança da menina. Uma esperança em dias melhores em seu país e em todas as partes do mundo. E segue a comparação, ainda no mesmo parágrafo: “Assim como a Revista Matria, que nasceu como ‘complemento e antítese de pátria. Pátria, de pai; matria, de mãe. Pátria da moeda e da espada; matria da inclusão e da igualdade’.” (MÁTRIA, 2012, p.01). Dessa vez, a edição comemorativa de 2012 incorpora um trecho do primeiro editorial da Matria, o de 2003, anteriormente analisado. E, no parágrafo final do editorial de 2012, arremata-se reafirmando o intuito principal da publicação, exposto também no editorial-apresentação de 2003:

E como dissemos em nosso primeiro editorial, quando ainda gestávamos nossas primeiras páginas, este é o verdadeiro sentido da luta da mulher pela igualdade de direitos. Fazer com que o mundo seja um lugar onde, como no coração de uma mãe, todos tenham espaço, vez, voz e sejam tratados com justiça e igualdade de oportunidades (MÁTRIA, 2012, p.01)

Em “quando ainda gestávamos nossas primeiras páginas”, ao invés de utilizar “produzíamos”, “criávamos” ou “ensaiávamos”, verbos senão mais adequados, mais condizentes ao processo teoricamente mecanicista da feitura de um produto jornalístico, usou-se “gestávamos”, que sugere que a Revista *Mátria* foi elaborada com mais carinho, mais cuidado e atenção, de acordo com o discurso de maternidade construído – e defendido – no editorial número um da publicação.

4.3.4. Editorial de 2013

O editorial da edição de 2013 da Revista *Mátria*, apesar de não ser comemorativo como o subsequente, também é essencialmente positivo. A começar pelo título: “Seguimos em frente”. A expressão, ambígua tal qual a do título do editorial de 2012, refere-se tanto à revista em si quanto à luta do movimento feminista: a revista se mantém, por mais essa edição, com seus objetivos informativos e educativos engajados e o movimento feminista dá continuidade, dia após dia, à sua luta, e, se considerarmos a carga semântica presente na expressão “em frente”, é uma luta que se direciona em passos progressivos a consideráveis avanços. O texto, então, vai sendo construído com base nessas boas expectativas e, em alguns momentos, na ideia de que, apesar disso, ainda há motivos para que o trabalho de conscientização do movimento feminista siga em frente.

No editorial de 2013, a direção executiva da *Mátria* busca justificar seu posicionamento esperançoso e positivo de acordo com o contexto, com o factual social. Logo no primeiro parágrafo, escreve-se: “O ano de 2013 promete” (MÁTRIZ, 2013, p.01). O verbo “prometer”, assim intransitivo, não prejudica a compreensão da ideia central: para a *Mátria*, o ano de 2013 se mostra promissor, isto é, promete avanços. E, logo em seguida, justifica a afirmação exaltando que algumas mulheres vêm “transformando a agenda política, social, e financeira deste país” (idem). A afirmativa, situada no tempo – “O ano de 2013” –, refere-se aos saldos do governo Dilma. A enunciação reforça a atuação da presidenta e de seu staff até o ano da publicação.

O segundo parágrafo do editorial de 2013 é embasado em dados concretos e fatos de maior aprofundamento contextual: “Nas últimas eleições, o voto feminino avançou e registrou um recorde histórico: mais de 600 prefeituras passaram ao comando de mulheres” (MÁTRIA, 2013, p.01). E, em seguida, o contraste: “Um total ainda aquém dos 30% previstos em lei, é verdade, mas que demonstra como estamos

caminhando” (idem. Grifo nosso). O advérbio “mas” demonstra que, para a Matria, o salto no número de prefeitas merece destaque como bom resultado, ainda que o contraste – que, no caso, é uma meta numérica e legal não atingida – tenha sido mencionado. O art. 10, §3º, da Lei 9.504/97²⁷ assegura a reserva de 30%, para cada gênero, do número de candidaturas a que os partidos políticos e coligações têm direito, ou seja, fala em candidaturas femininas, e não de mulheres eleitas. Há, portanto, uma confusão de informação no trecho destacado do editorial de 2013, que leva o leitor a acreditar que haveria uma obrigatoriedade em se votar em mais mulheres para serem eleitas, o que não é verdade.

Logo no início do parágrafo seguinte, novamente é utilizada uma expressão de carga semântica positiva: “*Avançamos na direção certa* e trazemos, nessa onda, o surgimento de novas vozes e lideranças reveladoras do protagonismo juvenil de meninas que não mais esperam acontecer” (MÁTRIA, 2013, p.01. Grifo nosso). O trecho curto, que representa todo o parágrafo terceiro do texto, é, assim como o primeiro parágrafo, inconclusivo e sem maiores aprofundamentos, mas trata-se de uma espécie de introdução à reportagem “Elas fazem a diferença”, que consta na referente edição da revista e traz como tema o engajamento de jovens mulheres na política.

No parágrafo da sequência, mais uma vez a Matria demonstra posicionamento otimista: “Conosco, a certeza de que existe a presença de olhar feminino nos grandes momentos e nas principais obras do país” (MÁTRIA, 2013, p.01). E entra no assunto que uma publicação jornalística minimamente conectada ao seu tempo e espaço não pode ignorar em edição de 2013: os preparativos para os grandes eventos esportivos a serem sediados no Brasil em 2014 e em 2016. A conexão construída discursivamente entre esse fato e a temática central da publicação é complexa. Dessa vez, a Matria pondera otimismo e preocupações, no sentido de alertar o leitor quanto às múltiplas consequências da realização desses eventos no país:

O Brasil se prepara para sediar os maiores eventos esportivos do mundo (Copa 2014 e Olimpíadas 2016) e, também em sua preparação e realização, elas fazem a diferença. Neles, efetivamente, percebe-se a mão da mulher que enfrenta a vida, dirige máquinas e tratores e comanda uma legião de trabalhadores em obras monumentais. Mas há contradições que nos levam a

²⁷ Lei nº 9.504 de 30 de Setembro de 1997 estabelece normas para as eleições. Art. 10.: Cada partido poderá registrar candidatos para a Câmara dos Deputados, Câmara Legislativa, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais, até cento e cinquenta por cento do número de lugares a preencher. § 3º: Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação preencherá o mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo. (Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009).

pensar: se são eventos que propiciam mais autonomia e poder às mulheres, simultaneamente, podem também representar risco de aumento da exploração sexual, principalmente. É preciso ficar atento e não permitir que antigas práticas continuem agredindo a mulher e diminuindo o seu papel. (MÁTRIA, 2013, p.01)

Na primeira parte, isto é, no trecho de exaltação às mulheres que fazem a diferença nos preparativos, o que é destacado pela Matria em tais personagens da vida real não é sua aparência física, beleza, graciosidade, delicadeza, sentimentalismos tachados de “do universo feminino”. Destaca-se, sim, sua perseverança, garra, vontade e, sobretudo, capacidade de fazerem o mesmo trabalho que os homens, em especial nos espaços em que a força física é exigida. Na segunda parte do trecho, isto é, na parte em que se propõe uma reflexão sobre as condições sociais propiciadas pelos eventos, exemplifica-se a exploração sexual como situação contrária aos avanços citados na primeira parte. Definida como prática antiga, violenta, que subjuga as mulheres, a exploração sexual vem sendo discutida na maioria das edições da Matria. Por conta de sua amplitude e por ser uma das práticas sociais mais debatidas pelo movimento feminista, a exploração sexual, com seus dados e depoimentos atualizados com certa periodicidade, é pauta fria que costuma render reportagens de considerável relevância para a revista. E, mais uma vez, a revista mostra certa independência do que é oficial/governamental, ao demonstrar os pontos positivos da realização dos eventos esportivos, mas também os perigos atribuídos a eles.

No editorial da edição mais recente, a revista utiliza a expressão “universo feminino e feminista”, no seguinte trecho: “A Revista Matria tem tido destaque na divulgação de temas relacionados ao *universo feminino e feminista*” (MÁTRIA, 2013, p.01. Grifo nosso.). Já comentada em capítulo anterior, a expressão “universo feminino” é criticada por algumas correntes feministas, por dar a impressão de que, ao trabalhar com “os temas favoritos das mulheres”, a publicação está isolando-as num mundo só delas, no qual não se discute outras coisas além dos tais temas. Usar essa expressão em editorial e ainda a misturar com “feminista” – o que, afinal de contas, seria um “universo feminista”? – é uma estratégia discursiva um tanto quanto controversa de demonstrar identificação com a ideologia feminista.

Por outro lado, também através do editorial de 2013, a Matria reafirma sua intenção ao recorrer a temas ora polêmicos, ora animadores referentes à questão de gênero: “Nossa publicação, amplamente distribuída no meio educacional, busca promover o debate nas escolas e permite a discussão sobre os avanços e (infelizmente)

sobre as ameaças ainda enfrentadas pelas mulheres” (MÁTRIA, 2013, p.01). Reafirma também que a publicação realizada pela CNTE é diretamente focada no ambiente de atuação dos trabalhadores em educação

Apesar de o editorial de 2013 mostrar o otimismo da CNTE diante dos avanços da luta feminista, a capa da mesma edição representa um grande contraste: traz a imagem de uma menina de costas, sentada num banquinho de madeira, ao lado de uma pilha de batatas descascadas e outra, ainda maior, de batatas a serem descascadas. No sexto parágrafo do editorial, esse contraste é introduzido e parcialmente justificado: “Durante os últimos anos, trouxemos em nossa capa perspectivas de futuro, personagens femininas de destaque e exemplos de conquistas das mulheres em nosso país, mas não podemos esquecer que ainda há desafios a serem vencidos” (MÁTRIA, 2013, p.01). No parágrafo seguinte, explicita-se que “desafio a ser vencido” está retratado na capa: “Pensando neles, este ano, destacamos um *mal* que ainda persiste no Brasil e no mundo: o trabalho infantil. Uma *realidade que ameaça o futuro* de milhares de crianças e que está, em boa parte, dentro dos lares sem ser enxergado” (idem. Grifo nosso). A Revista *Mátria* é temática – as demandas feministas por igualdade de direitos e oportunidades é o foco –, mas, a partir do destacado enfoque dado a um tema que não diz respeito restritamente às mulheres, percebe-se que a publicação também se preocupa em levantar debates sobre nuances mais amplas da sociedade. Além disso, a denúncia sobre o trabalho infantil doméstico não tem sido alvo de políticas governamentais regulares, o que mostra que a revista se afasta um tanto da agenda do governo a fim de pautar um tema extremamente importante para a sociedade.

Por outro lado, podemos elaborar uma interpretação que afirme uma correlação mais íntima entre o tema “mulheres” da revista e o “trabalho infantil” destacado em sua décima primeira edição: ao definir o trabalho infantil como “uma realidade que ameaça o futuro de milhares de crianças”, sugere-se que a sociedade como um todo – mulheres e homens – vem sendo prejudicada pelo problema, resultado semelhante obtido pelo sexismo e pelo machismo; Outra interpretação de correlação entre o tema geral da revista e o tema destacado em sua capa na edição de 2013: trabalho infantil envolve, obviamente, crianças. A *Mátria* por diversas vezes – em seus editoriais e até mesmo em seu próprio título – deixa claro que defende a maternidade, o “ser mãe”, o sentimento maternal como características natas da mulher. Seguindo a máxima que diz que “Uma mãe não é mãe somente do seu filho, mas de todas as crianças”, suscitar o problema revela a preocupação em discutir e combater o que

macula física e psicologicamente as nossas crianças. Reafirma também, em sua seleção de temas, problemas historicamente relacionados ao feminino – maternidade, filhos, família, moradia, violência.

No último parágrafo do editorial de 2013, citam-se rapidamente os outros temas abordados na referida edição, dando destaque à “inquietude de personagens que fazem da tecnologia, da sala de aula, da sua condição pessoal e do seu talento a fórmula para a conquista de um mundo onde a diferença é o respeito” (MÁTRIA, 2013, p.01). Aí fica claro que há o cuidado por parte da CNTE em focar temas basicamente voltados aos seus sindicalizados – os trabalhadores da educação.

O texto é finalizado com um jogo de palavras que carrega em si bastante coerência com o intuito central da Revista *Mátria*: ao pé da letra, “a conquista de um mundo onde a diferença é o respeito” significa dizer que um mundo diferente ao que vivemos hoje é um mundo em que todos se respeitam, mas o uso de “diferença” e “respeito” também faz o leitor associar à ideia de “respeito às diferenças”. É engajada na busca por essa conquista mais ampla que a *Mátria* constrói seus editoriais.

5. Considerações finais

A imprensa feminina e a imprensa feminista apresentam características que se intersectam, visto que ambas falam de um único tema-objeto: as mulheres. Mas não se pode fechar os olhos para o fato de que abordagem e intenções de uma e de outra geralmente são bem diferentes, muitas vezes opostas.

Um encadeamento de acontecimentos cotidianos, embebidos em contexto temporal, geográfico e econômico, vêm, há milênios, formatando as representações da mulher como ser social. Faz parte desse processo contínuo, como produto e produtor diretos, tudo aquilo que sai na revista “x” e no jornal “y”. As publicações da chamada grande imprensa feminina, ao se dirigirem a uma espécie de modelo de mulher, tendem a pôr à margem de seu discurso questões de gênero inseridas em contextos mais amplos e complexos, como a situação trabalhista das trabalhadoras da educação, a luta das transexuais contra o preconceito ou mesmo a moda e a estética das mulheres quilombolas. Para ser mais bem utilizado pela sociedade, o discurso das mídias deve mostrar e contemplar as mulheres como múltiplas, não como uma entidade una e generalizada.

A Revista *Mátria*, fruto do sindicalismo engajado e autodeclarada parte de uma imprensa mais consciente da multiplicidade e da importância do papel desempenhado pelas mulheres na sociedade, se insere como um produto jornalístico desvinculado a interesses mercadológicos e individualizantes, e se constrói com base num forte discurso político direcionado, como parte de um jornalismo que recusa a ilusão do ideal da “objetividade”, tomando posições referentes à temática de gênero e às instituições e categoria profissional as quais representa.

Apesar de querer se mostrar a favor da igualdade de oportunidades entre os gêneros e contra a restrição da participação social feminina a papéis estereotipados, percebemos, a partir da análise dos seus editoriais, que, em alguns momentos, a Revista *Mátria* se contradiz. Quando recorre a frases feitas, ao senso comum, enaltecendo “características inerentes à mulher”, como a maternidade, o carinho, a ternura, a publicação, na tentativa de clamar por igualdade de direitos, diferencia mulher e homem de uma forma que acaba reforçando traços estereotipados da “natureza feminina”. Não intencionalmente, estabelece-se a continuidade de um discurso desigual, no qual a mulher, mesmo sendo “melhor” – mais carinhosa, mais compreensiva, mais terna –, é o diferente.

Quanto ao aspecto político, a Revista *Mátria* representa, mais ou menos evidentemente, o Eu CNTE, o Eu CUT e o Eu Petista, pró-governo. Esse fato determina uma série de critérios de hierarquização, seleção e angulação dos acontecimentos na publicação. Trata-se de uma estratégia concreta de destacar as vitórias da linha de ação social do governo Lula e Dilma, e também de dar visibilidade a um tema que interfere – e interessa – não só na sociedade, mas diretamente na CNTE, constituída pela esmagadora maioria de mulheres trabalhadoras da educação. Apesar disso, observamos que as duas edições mais recentes da revista passaram a adotar carga político-ideológica mais independente às entidades as quais é vinculada, adquirindo traços próprios de identidade e se aprofundando mais nos vários lados dos fatos reportados, comportamento caracteristicamente jornalístico.

Como mote dessa pesquisa, partimos do seguinte questionamento: como as mulheres são representadas na publicação. A Revista *Mátria* tende a exaltar a importância das mulheres na sociedade e a encorajar uma participação cada vez mais ativa, por parte delas, na política, na cultura, na economia do país. Apesar disso, observamos que essa convicção feminista, expressa explicitamente desde o primeiro editorial, é permeada por trechos condizentes com o discurso que reforça um modelo representativo estereotipado das mulheres. Essa construção dúbia demonstra que a mulher representada pela Revista *Mátria* é um retrato da brasileira batalhadora, que reconhece a importância de seu papel como ser social, mas que não se desfez de estigmas generalizantes, como o de mulher-mãe, símbolo da ternura e da paciência.

Apesar das contradições discursivas, a revista, ao inserir temáticas que não são comuns ou simplesmente não são abordadas na grande imprensa feminina, alcança seu objetivo de sugerir debates que vão bem além do que é superficialmente suscitado e pelas demais revistas que enfocam as mulheres. A *Mátria*, mesmo demonstrando uma série de interesses institucionais em seus editoriais, não se trata de um mero fantoche de divulgação das ações dos governos petistas. Ela, sim, é eficaz ao mostrar a multiplicidade de representações femininas normalmente excluídas das mídias, além de dar destaque à inserção das mulheres nos espaços de poder.

Tendo em vista a constatação da complexidade de relações políticas e sociais imbricadas no discurso dos editoriais da Revista *Mátria*, a presente pesquisa busca “alimentar” a bibliografia já existente referente aos estudos feministas, colaborando com o debate e a problematização do conteúdo jornalístico impresso de temática correlacionada à questão de gênero. Buscamos questionar o reforço

representativo, por parte dos veículos de comunicação, dos papéis sociais secundários que continuam a subjugar as mulheres brasileiras – em maior ou menor escala, sempre dependendo do contexto no qual os atores sociais estão situados e nos quais os dispositivos discursivos são produzidos. Buscamos também inaugurar a análise de um objeto jornalístico feminista rico, mas que, ainda assim, não havia sido contemplado em pesquisas acadêmicas anteriores.

A Revista *Matria* é um corpus promissor no que se refere a possibilidades de análise acadêmica. Alguns possíveis caminhos futuros para a continuidade desta pesquisa são: análise do discurso e dos critérios de seleção dos artigos de opinião, presentes em todas as edições da publicação e escritos por mulheres não jornalistas, mas líderes sindicais e representantes das instâncias política, econômica e cultural do país; e análise do processo de elaboração das pautas e produção das reportagens que compõem a revista.

ANEXO A – Editorial da edição de 2003 da Revista *Mátria*

EDITORIAL

Mátria amada

A humanidade só tem a ganhar ao incluir a mulher, de modo igualitário, na vida social, familiar, política e sexual

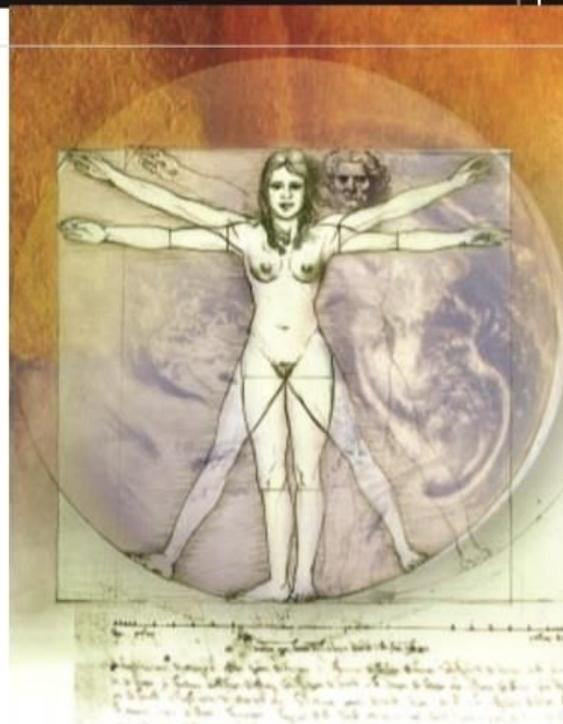
Diretoria CNTE

Mátria. Complemento e antítese de pátria. Pátria, de pai; mátria, de mãe. Pátria da moeda e da espada; mátria da inclusão e da igualdade. Este é o verdadeiro sentido da luta da mulher pela igualdade de direitos. Fazer com que o mundo seja um lugar onde, como no coração de uma mãe, todos tenham espaço, vez, voz e sejam tratados com justiça e igualdade de oportunidades.

Direitos já assegurados, embora, não raro, ameaçados, como a licença-maternidade, são avanços importantes nessa luta milenar, mas são apenas a ponta de um iceberg cuja maior parte permanece oculta sob as águas geladas da intolerância, do sexismo e da desigualdade. A meta final é, mais do que garantir direitos compensatórios pontuais, mudar o mundo e fazer dele um lugar onde o senso de justiça entre os gêneros seja prática comum, óbvia, por estar dentro do coração das pessoas.

Uma piada bastante popular entre adolescentes diz que “mãe é tudo igual, só muda de endereço”. Há uma certa verdade nisso: o reconhecimento de que os valores identificados como “maternais” são universais. Se assim são, então o destino da humanidade só tem a ganhar na medida em que incluir a participação da mulher, de modo igualitário, na vida social, familiar, política e sexual.

Não repudiamos nossa feminilidade, nossa sexualidade, nem nossas diferenças; de fato, as acentuamos como marca de nossa identidade e condição. Mas, para muito além da biologia e da anatomia, somos seres sociais, vítimas de uma história que nos delegou, ao longo de milênios, um papel menor na condução dos destinos de nossos povos. É isso que repudiamos. É isso que queremos mudar. Para alcançarmos esse objetivo, precisamos trabalhar diligentemente para detectar, com sobriedade, todas as áreas onde o sexismo e o preconceito em geral continuam atuando; seja no mercado de trabalho, nas relações familiares ou na linguagem.



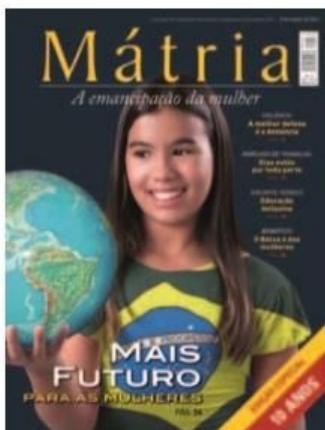
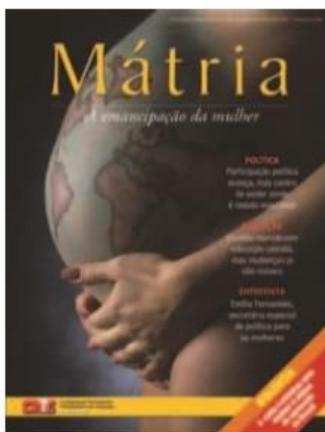
Esta revista, uma publicação anual da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE), tem dupla função: informativa e educativa. Desta vez, procuramos dar um caráter jornalístico à peça, a fim de aproximá-la da realidade de um público que não circula nos espaços de engajamento político; ao mesmo tempo em que mantivemos a vertente acadêmica tradicional, de modo a permitir que os dados factuais possam ser analisados à luz do pensamento feminista moderno.

Também oferecemos sugestões de atividades a serem desenvolvidas na comunidade, na escola, no sindicato etc., com o objetivo de estimular o debate a partir de um cruzamento entre as experiências individuais e as informações aqui relatadas. É importante ressaltar, ainda, que a revista não é voltada exclusivamente para o público feminino. Pelo contrário, assim como o “coração de mãe”, ao qual nos referimos no início deste editorial, ela deve circular em todas os ambientes, para todos os leitores, de todas as idades.

ANEXO B – Editorial da edição de 2004 da Revista *Mátria*

EDITORIAL	
	<h2 style="margin: 0;">Todo dia é dia de igualdade</h2>
	<p>Mulheres devem lutar por um mundo justo o ano inteiro e não apenas em uma data comemorativa</p>
	<p>O Brasil vive hoje uma conjuntura contraditória, na qual o novo e promissor cenário político criado pelo governo Lula, convive com a política econômica conservadora, subordinada ao FMI.</p>
	<p>Hoje, nosso desafio é elaborar, propor e mobilizar as trabalhadoras e trabalhadores, em defesa de um novo projeto de desenvolvimento para o Brasil, alternativo ao neoliberalismo, com ênfase na soberania nacional e na valorização do trabalho como fonte da retomada do crescimento sustentado da economia, com distribuição de renda. Articulando as lutas nacionais e internacionais com as lutas contra as desigualdades de gênero, raça/etnia.</p> <p>2004 é o Ano Nacional da Mulher. Temos a realização da Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres na qual devemos ter uma atuação destacada em cada estado.</p> <p>Nossa preocupação central deve ser a luta por um mundo de igualdade, contra toda opressão e discriminação contra a mulher durante todo o ano, e não só no Dia Internacional da Mulher – 8 de Março. Neste ano acontecem também as eleições municipais nas quais nossa atuação deve ser significativa.</p> <p>Toda essa extensa agenda de mobilização e lutas previstas para 2004 serviu para nos balizar nesta segunda edição da <i>Mátria</i>. Isso nos dá a convicção de que a causa pela igualdade de direitos e oportunidades entre gêneros já obteve muitas conquistas, porém ainda é preciso avançar mais. A luta pela emancipação da mulher deve ser também dos homens. Além das reportagens, temos vários artigos com objetivo de subsidiar o debate teórico. Abrimos também um espaço para as entidades apresentarem o trabalho desenvolvido sobre a questão de gênero.</p> <p>Esperamos que a leitura, mais do que agradável, seja útil.</p> <p>Boas lutas!</p>
CITE - Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação	Março de 2004 <i>Mátria</i>

Valeu a pena



Há dez anos a CNTE tomou a decisão de dar mais visibilidade a sua política de gênero, que é transversal a todas as atividades da Confederação. Nascia a Revista *Mátria*. Ao longo dessa década, a *Mátria* acompanhou a transformação do Brasil e do mundo. Testemunhou as mudanças, os obstáculos e os avanços que surgiram na histórica luta das mulheres por melhores condições de vida, igualdade e justiça social.

Muito se percorreu e muito se conquistou. Por todo o caminho presenciámos a adoção de instrumentos importantes de apoio, como a Lei Maria da Penha que, em 2006, criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra as mulheres.

Na época, elas denunciavam menos, tinham medo, vergonha pela agressão sofrida. Hoje, estão mais fortes e conscientes de seus direitos e do seu poder. Contam com delegacias especializadas em todo o país e, embora as estatísticas registrem um aumento no número de agressões sofridas, o que realmente mais cresceu foi a segurança que as mulheres sentem em denunciar.

O Brasil também se tornou, nessa última década, um país menos desigual para a sua população em geral e esse avanço é motivo de reconhecimento em todo o mundo. Hoje somos vistos como uma economia forte (a 6ª do planeta) e as conquistas sociais e de gênero são visíveis. A própria diretora executiva da ONU Mulheres, Michelle Bachelet, fez questão de destacar, quando esteve no país, que 30 milhões de mulheres e homens saíram da pobreza e entraram para a classe média.

Com mais igualdade, aumentou a presença feminina nos postos de comando e liderança. Há dez anos o governo contava com apenas 4 ministras. Uma delas, Dilma Rousseff, tornou-se em 2011 a primeira presidenta do país e hoje comanda um conjunto de 38 ministérios, sendo que 10 pastas são lideradas por mulheres.

Hoje, ao completar dez anos de vida, a Revista *Mátria* traz na capa a jovem Amanda. Também com 10 anos de idade, ela tem no futuro a esperança de dias menos desiguais e mais justos. Assim como a Revista *Mátria*, que nasceu como “complemento e antítese de pátria. Pátria, de pai; mátria, de mãe. Pátria da moeda e da espada; mátria da inclusão e da igualdade”.

E como dissemos em nosso primeiro editorial, quando ainda gestávamos nossas primeiras páginas, este é o verdadeiro sentido da luta da mulher pela igualdade de direitos. Fazer com que o mundo seja um lugar onde, como no coração de uma mãe, todos tenham espaço, vez, voz e sejam tratados com justiça e igualdade de oportunidades. Que venham outras décadas pela frente.

Boa leitura!

Diretoria Executiva da CNTE



Seguimos em frente

O ano de 2013 promete. Promete porque inclui na sua linha de frente o traço feminino de personagens que estão transformando a agenda política, social e financeira deste país.

Nas últimas eleições, o voto feminino avançou e registrou um recorde histórico: mais de 600 prefeituras passaram ao comando de mulheres. Um total ainda aquém dos 30% previstos em lei, é verdade, mas que demonstra como estamos caminhando.

Avançamos na direção certa e trazemos, nessa onda, o surgimento de novas vozes e lideranças reveladoras do protagonismo juvenil de meninas que não mais esperam acontecer.

Conosco, a certeza de que existe a presença de olhar feminino nos grandes momentos e nas principais obras do país. O Brasil se prepara para sediar os maiores eventos esportivos do mundo (Copa 2014 e Olimpíadas 2016) e, também em sua preparação e realização, elas fazem a diferença. Neles, efetivamente, percebe-se a mão da mulher que enfrenta a vida, dirige máquinas e tratores e comanda uma legião de trabalhadores em obras monumentais. Mas há contradições que nos levam a pensar: se são eventos que propiciam mais autonomia e poder às mulheres, simultaneamente, podem também representar risco de aumento da exploração sexual, principalmente. É preciso ficar atento e não permitir que antigas práticas continuem agredindo a mulher e diminuindo o seu papel.

A Revista *Mátria* tem tido destaque na divulgação de temas relacionados ao universo feminino e feminista. Nossa publicação, amplamente distribuída no meio educacional, busca promover o debate nas escolas e permite a discussão sobre os avanços e (infelizmente) sobre as ameaças ainda enfrentadas pelas mulheres.

Durante os últimos anos, trouxemos em nossa capa perspectivas de futuro, personagens femininas de destaque e exemplos de conquistas das mulheres em nosso país, mas não podemos esquecer que ainda há desafios a serem vencidos.

Pensando neles, este ano, destacamos um mal que ainda persiste no Brasil e no mundo: o trabalho infantil. Uma realidade que ameaça o futuro de milhares de crianças e que está, em boa parte, dentro dos lares sem ser enxergado.

Mas não paramos aí. Nesta edição falamos de protagonismo juvenil, da coragem de mulheres – como Carmen Foro (vice-presidente da CUT) e Rima Zeid Al-Kilani, Diretora-Geral de Educação na Palestina –, e da inquietude de personagens que fazem da tecnologia, da sala de aula, da sua condição pessoal e do seu talento a fórmula para a conquista de um mundo onde a diferença é o respeito.

Boa leitura!
Diretoria Executiva da CNTE

Referências

- ABREU, Alzira Alves de. *Jornalismo cidadão*. Revista Estudos Históricos, vol.1, nº31, 2003. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewArticle/2185>>
- ALEXANDRE, Marcos. *O papel da mídia na difusão das representações sociais*. In: Revista Comum. Rio de Janeiro, v.6, nº17. p. 111-125. Jul./dez. 2001.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. *A construção da notícia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- AMOSSY, Ruth. *Imagens de si no discurso, a construção do ethos*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- ARRUDA, Ângela. *Teoria das Representações Sociais e Teorias de Gênero*. Cadernos de Pesquisa, n. 117, p. 127-147, nov. 2002.
- BARCELLOS, Zanei; ALVETTI, Celina. *Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico*. Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0791-1.pdf>>
- BEOZZO, José Oscar. *A Comunicação das Classes Subalternas na História do Brasil*. In: Clarêncio Neotti (Org.). Comunicação e ideologia. São Paulo: Loyola, 1980.
- BIROLI, Flávia. *É assim, que assim seja - mídia, estereótipos e exercício de poder*. In: IV Encontro da Compolítica, Universidade do estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *A Dominação Masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- SANTOS, T. C. B. . *Representações Sociais acerca do Feminino e do Masculino: uma proposta para a co-educação*. In: Seminário Nacional Educação, Inclusão e Diversidade, 2009, Taquara. Educação, Inclusão e Diversidade. Taquara: FACCAT, 2009.
- BRANDÃO, Helena H. N. *Introdução à Análise do Discurso*. 4ª ed. Campinas, SP: Editora UNICAMP, 1995.
- BUITONI, Dulcília Helena S. *Mulher de Papel - a representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1981
- _____ *Imprensa Feminina*. São Paulo, SP: Editora Ática, 1990.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2010.
- CABRAL, Eugênia Melo. *Primeiras Histórias – O surgimento das imprensas feminina e feminista no Brasil*. (Sem referências). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cabral-eugenia-primeiras-historias.pdf>>

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. *Diferentes conceitos e concepções de ideologias*. In: Clarêncio Neotti (Org.). Comunicação e ideologia. São Paulo: Loyola, 1980.

CARDOSO FILHO, Jorge. *Inflexões metodológica para a teoria do uso social dos meios e processos de midiatização*. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Org.). Mediação e Midiatização. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

CENTRAL ÚNICA DOS TRABALHADORES. <http://cut.org.br>

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.

CHIZZOTTI, Antônio. *Pesquisa qualitativa em Ciências Humanas e Sociais*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2006. Cap.4. p.113-132.

COGO, Denise. *Mídias, Identidades Culturais e Cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais*. p.41-56. In: PERUZZO, Cicilia M.K. (Org.). Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara Editora, 2004.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO. Revista Matria. V. 1, n. 1, mar. 2003. Disponível em: <http://www.cnte.org.br/images/stories/2012/revista_matria_2003.pdf>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO. Revista Matria. V. 1, n. 2, mar. 2004. Disponível em: <http://www.cnte.org.br/images/stories/2012/revista_matria_2004.pdf>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO. Revista Matria. V. 1, n. 10, mar. 2012. Disponível em: <http://www.cnte.org.br/images/stories/2012/revista_matria_2012.pdf>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM EDUCAÇÃO. Revista Matria. V. 1, n. 11, mar. 2013. Disponível em: <http://www.cnte.org.br/images/stories/2012/revista_matria_2013.pdf>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES. <http://www.cnte.org.br/>

DIAS, Suelly Maria Maux. *Imprensa feminina, folhetim e histórias de vida*. In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

DORNELLES, Beatriz. *Imprensa "engajada" em movimentos comunitários*. Revista Redes.com, nº3, 2006. Disponível em: <<http://revista-redes.com/index.php/revista-redes/article/viewFile/99/93>>

FARR, Robert M. *Representações Sociais: a teoria e sua história*. IN GUARESCHI, Pedrinha A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Org.). Testos em Representações Sociais. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

FERNANDES, Márcio Ronaldo Santos. *Civic Journalism: nossas históricas sobre os 20 anos de uma corrente de Imprensa engajada*. Anais do 11º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, 2008. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/papers/72ff89dc321a16b62b1dbe5c0071.pdf>>

FLAX, Jane. *Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista*. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org). *Pós-modernismo e política*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p.217-250.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 5. ed. Petropolis, RJ: Vozes, 1985.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

MALUF, Sônia Weidner. *Políticas e Teorias do Sujeito no Feminismo Contemporâneo*. In: DA SILVA, Cristiani Bereta; ASSIS, Glaucia de Oliveira; KAMITA, Rosana C. (Org). *Gênero em movimento: novos olhares, muitos lugares*. Florianópolis: Editora Mulheres, 2007.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MÉNDEZ, Natalia Pietra. *Feminismo, imprensa e poder no Brasil contemporâneo*. Revista Médis, Vol. 6, Nº 12. 2007. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/metis/article/view/848/604>>

PASQUALI, A. *Um breve glossário descritivo sobre comunicação e informação*. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. *Direitos à comunicação na sociedade da informação*. São Bernardo Do Campo, SP: Umesp, 2005.

PEREIRA, É. A. *Construção social do sujeito feminino e hermenêutica do cotidiano: reflexões teóricas*. Revista Educação e Linguagens, v. 1, p. 24-45, 2012.

PINTO, Céli Regina J. *Feminismo, História e Poder*. Revista de Sociologia e Política. V. 18, Nº 36: 15-23 JUN. 2010.

RABOY, M. *Mídia e Democratização na Sociedade da Informação*. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L (Org.). *Direitos à comunicação na sociedade da informação*. São Bernardo Do Campo, SP: Umesp, 2005.

SANTOS, T. C. B. *Representações Sociais acerca do Feminino e do Masculino: uma proposta para a co-educação*. In: Seminário Nacional Educação, Inclusão e Diversidade, 2009, Taquara. Educação, Inclusão e Diversidade. Taquara: FACCAT, 2009.

SCOTT, Joan Wallach. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. In: Educação & Realidade. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul./dez. 1995, pp. 71-99.

SGARBIERI, Astrid. *Mídia, Gênero e Poder*. In: MAGALHÃES, Izabel; LEAL, Maria Christina D. (Org.). Discurso, gênero e educação. Brasília: Plano Editora: Oficina Editorial do Instituto de Letras da UnB, 2003.

TORRÃO FILHO, Amílcar. *Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam*. Cadernos Pagu (24), janeiro-junho de 2005, pp.127-152.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

VIEIRA, Maria Helena Gomes Naves. *O gênero editorial: uma proposta de caracterização*. 2009. 158 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.

XAVIER FILHA, Constantina. *Imprensa feminina - entre modas, bordados, cuidados com a prole e o casamento: dispositivos pedagógicos*. Instrumento: R. Est. Pesq. Educ. Juiz de Fora, v. 12, n. 2, jul./dez. 2010.

WOITOWICZ, Karina Janz. *Páginas que resistem - A imprensa feminista na luta pelos direitos das mulheres no Brasil*. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia, 2008, Niterói/RJ. VI Congresso Nacional de História da Mídia - 200 anos de mídia no Brasil. Niterói/RJ: Universidade Federal de Niterói, 2008.