UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MARIA JOSÉ DE SOUZA PINTO

A REPRESENTAÇÃO DO 8 DE MARÇO NO JORNALISMO BRASILEIRO ENTRE 2017 A 2020: recorrências enunciativas e novos processos de subjetivação

Caruaru
2022

MARIA JOSÉ DE SOUZA PINTO

A REPRESENTAÇÃO DO 8 DE MARÇO NO JORNALISMO BRASILEIRO ENTRE 2017 A 2020: recorrências enunciativas e novos processos de subjetivação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de Concentração: Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Diego Gouveia Moreira.

Caruaru

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Pinto , Maria José de Souza .
A representação do 8 de março no jornalismo brasileiro entre 2017 a 2020: recorrências enunciativas e novos processos de subjetivação / Maria José de Souza Pinto . - Caruaru, 2022.
110 : il., tab.

Orientador(a): Diego Gouveia Moreira
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, , 2022.

1. Oito de março . 2. Gênero . 3. Feminismo . 4. Jornais e revistas on-line . 5. Jornalismo . I. Moreira , Diego Gouveia . (Orientação). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

MARIA JOSÉ DE SOUZA PINTO

A REPRESENTAÇÃO DO 8 DE MARÇO NO JORNALISMO BRASILEIRO ENTRE 2017 A 2020: recorrências enunciativas e novos processos de subjetivação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Aprovada em: 20/05/2022.

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. Diego Gouveia Moreira (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Profª. Drª. Sheila Borges de Oliveira (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Profª. Drª. Adriana Maria de Andrade Santana (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho aos meus pais pelo esforço de me proporcionar uma boa educação e me incentivar a trilhar minha própria história. Muito obrigada por tudo!

AGRADECIMENTOS

Essa pesquisa é o resultado de quatro anos de estudo e comprometimento pela graduação. Um caminho percorrido com a ajuda de várias pessoas, que acreditaram no meu sonho.

Agradeço a Deus, pela sua infinita bondade que até aqui me ajudou.

Agradeço aos meus pais, especialmente minha mãe por ser a melhor referência de mulher forte que eu poderia ter.

Agradeço ao meu orientador Diego Gouveia pela brilhante contribuição nessa pesquisa, pela paciência e principalmente pelas orientações construtivas.

Dedico este trabalho aos meus irmãos, colegas de curso e profissão, em especial aos meus amigos que sempre me apoiaram e torceram por mim. Obrigada Janaína, Débora, Edlaine, Clarissa, Larissa e Layane por me incentivarem nesta jornada.

Agradeço aos meus queridos amigos Jamildo e Murilo, pelo apoio e por estarem presentes nesse desafio.

Agradeço e dedico esta pesquisa aos meus professores de curso, a cada um que contribuiu para formação do meu pensamento e despertaram em mim o interesse pela pesquisa. Em especial duas mulheres fantásticas que tive a oportunidade de aprender para além do conteúdo em sala de aula: Fabiana Moraes e Ana Beatriz Nunes.

Agradeço à Universidade Federal de Pernambuco, campus Agreste.

Por fim, a mim mesma por não desistir, por acreditar e defender um mundo melhor para as mulheres.

RESUMO

Este estudo, de cunho quantitativo e qualitativo, teve como objetivo geral: analisar como o jornalismo brasileiro, a partir de reportagens, entre 2017 e 2020, tem tratado o oito de março e quais processos de subjetivação têm sido estabelecidos a partir de recorrências discursivas na cobertura. A coleta de dados ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica. Foram coletadas 924 reportagens sobre o oito de março, entre 2017 e 2020, em quatorze portais (revistas e jornais). A análise do material foi efetuada a partir do método arqueológico proposto por Michel Foucault (2017). Constatou-se a recorrência de sete temas abordados nessa cobertura, que estão relacionados à demanda do movimento das mulheres e que, portanto, estabelecem maneiras de se compreender o oito de março a partir dos discursos. Apesar de ainda haver uma mera celebração com homenagens às mulheres, percebeu-se que há subjetivações ligadas à emancipação feminina.

Palavras-chave: Jornalismo; Oito de março; Feminismo; Representação; Mulher.

ABSTRACT

This study, from a qualitative and quantitative nature, had as general objective: to analyze how Brazilian journalism, from reports between 2017 and 2020, has treated about the March 8th and which processes of subjectivation were established from discursive recurrences in the coverage. The data collection occurred through bibliographic research. A total of 924 reports were collected about the March 8th, between 2017 and 2020, in fourteen portals (magazines and newspapers). The analysis of the material was carried out using the archaeological method proposed by Michel Foucault (2017). It was found the recurrence of seven themes addressed in this coverage, which are related to the demand of the women's movement and that, therefore, establish ways of understanding the March 8th from the speeches. Although there is still a mere celebration with tributes to women, it was noticed that there are subjectivations linked to female emancipation.

Keywords: Journalism; March 8th; Feminism; Representation; Woman.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Representação gráfica dos dados coletados com todas recorrências enunciativas..... 45
Figura 2 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Violência contra a Mulher nas matérias..... 46
Figura 3 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Mercado de Trabalho nas matérias..... 48
Figura 4 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Vinculação da Mulher ao Lar nas matérias..... 49
Figura 5 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Publicização da Data nas matérias..... 50
Figura 6 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Militância Feminina nas matérias..... 52
Figura 7 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Estereótipos de Gênero nas matérias..... 53
Figura 8 – Representação gráfica dos dados coletados sobre empoderamento feminino nas matérias..... 54
Figura 9 – Print da matéria no site do Estadão..... 59
Figura 10 – Print da matéria no site da Exame..... 60
Figura 11 – Print da matéria no site da Carta Capital..... 61
Figura 12 – Print da matéria no site O Globo..... 62
Figura 13 – Print da matéria no site da IstoÉ..... 65
Figura 14 – Print da matéria no site G1..... 66
Figura 15 – Print da matéria no site da Veja..... 67
Figura 16 – Print da matéria no site da revista Marie Claire..... 68
Figura 17 – Print da matéria no site da Carta Capital..... 69
Figura 18 – Print da matéria no site da Veja..... 71
Figura 19 – Print da matéria no site do Estadão..... 72
Figura 20 – Print da matéria no site da Veja..... 73
Figura 21 – Print da matéria no site Claudia..... 74
Figura 22 – Print da matéria no site do El País..... 77
Figura 23 – Print da matéria no site da carta Capital..... 78
Figura 24 – Print da matéria no site da Exame..... 79

Figura 25 – Print da matéria no site da Folha de São Paulo..... 81
Figura 26 – Print da matéria no site do Estadão..... 83
Figura 27 – Print da matéria no site da Claudia..... 84
Figura 28 – Print da matéria no site O Globo..... 85
Figura 29 – Print da matéria no site do R7..... 86
Figura 30 – Print da matéria no site da Veja..... 88
Figura 31 – Print da matéria no site da Veja..... 89
Figura 32 – Print da matéria no site da Veja..... 90
Figura 33 – Print da matéria no site da Folha..... 91
Figura 34 – Print da matéria no site da Exame..... 94
Figura 35 – Print da matéria no site do El País..... 94
Figura 36 – Print da matéria no site da Exame..... 95
Figura 37 – Print da matéria no site da IstoÉ..... 96
Figura 38 – Print da matéria no site da IstoÉ..... 98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Representação gráfica dos dados coletados..... 44
Tabela 2 – Representação gráfica dos temas mais e menos recorrentes (2017 - 2020)..... 57

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO.....**	12
1.1	OBJETIVOS.....	14
1.1.1	**Objetivo geral.....**	14
1.1.2	**Objetivos específicos.....**	14
1.2	JUSTIFICATIVA.....	14
1.3	METODOLOGIA.....	15
1.4	PERCURSO DA MONOGRAFIA.....	17
2	**JORNALISMO COMO DISPOSITIVO.....**	18
3	**REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS MULHERES NA MÍDIA.....**	26
4	**O MOVIMENTO FEMINISTA E O DIA DA MULHER.....**	32
4.1	DISCURSO, GÊNERO E SUBJETIVAÇÃO NO 8 DE MARÇO.....	39
5	**RECORRÊNCIAS ENUNCIATIVAS DO OITO DE MARÇO NA IMPRENSA.....**	42
5.1	MILITÂNCIA FEMININA.....	58
5.2	PUBLICIZAÇÃO DA DATA.....	63
5.3	VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER.....	70
5.4	MERCADO DE TRABALHO.....	76
5.5	EMPODERAMENTO FEMININO.....	81
5.6	ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO.....	87
5.7	VINCULAÇÃO DA MULHER AO LAR.....	93
6	**CONSIDERAÇÕES FINAIS.....**	100
	REFERÊNCIAS.....	103

1 INTRODUÇÃO

O oito de março no jornalismo, de acordo com Adriana Carneiro (2011) em *Gênero e mídia: a cobertura do Dia Internacional da mulher*, durante muito tempo foi amplamente divulgado nos meios de comunicação como a narrativa das 129 operárias estadunidenses que morreram carbonizadas, vítimas de um incêndio no dia 8 de março de 1957, em Nova York, fato que posiciona as mulheres como vítimas. Também, apropriado pelo marketing, como dia para parabenizar e presentear mulheres, sem levar em consideração o caráter político da data.

Com a ascensão dos meios de comunicação, as feministas sentiram a necessidade de se pensar em um novo modelo de representação política da mulher no interior dos discursos da mídia. Ao questionar essa representação, Judith Butler (2003) enfatiza que a forma como as mulheres são representadas serve como "termo operacional" no processo político que busca abranger visibilidade e legitimidade às mulheres enquanto sujeitos políticos.

As pautas do movimento feminista, de acordo com Cecília Sardenberg e Ana Alice Costa (1994), visam à reivindicação das mulheres enquanto sujeitos políticos a partir do surgimento dessa consciência 'feminista' que ocorre no interior das relações de gênero. Nesse sentido, o feminismo deve ser compreendido como uma "doutrina que prioriza a igualdade entre os sexos e a redefinição da mulher na sociedade" (SARDENBERG; COSTA, 1994, p. 83) em termos culturais, e nos discursos representacionais. O feminismo e seu avanço contribuiu para mudanças nas representações midiáticas, embora muitas mulheres ainda não ganhem voz nesses espaços discursivos.

Nos últimos anos, chamou atenção o avanço do movimento feminista e suas pautas de luta e a forma como o jornalismo tem tratado essa temática. Esse contexto foi ponto de partida para esta pesquisa que compreende o jornalismo como um lugar de produção de subjetividades a partir de um estudo sobre a cobertura jornalística do dia 8 de março nos principais jornais e revistas on-line do Brasil, veículos midiáticos que exercem um papel que vai além da simples tarefa de informar. Diariamente, eles selecionam e produzem um limitado número de notícias dentre uma infinidade de assuntos disponíveis no cotidiano a partir de seus critérios de noticiabilidade, que servem para os meios de comunicação definirem os assuntos mais significativos de acordo com seu público.

O jornalismo, enquanto produto da mídia, tem desempenhado, ao longo de sua existência, um papel importante: constitui-se como um espaço em que identidades e representações são formadas. A partir da publicação de conteúdos, o jornalismo estabelece para a sociedade formas de ver, sentir e entender a realidade.

Não vem de hoje essa atuação do jornalismo diante da sociedade. Sua expansão começou no século XIX juntamente com o desenvolvimento da imprensa. Nelson Traquina (2005) argumenta que a vertiginosa difusão dos jornais "permitiu a criação de novos empregos; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo: fornecer informações e não propaganda" (p. 34). Isso porque anteriormente a esse período a produção de notícias estava muito ligada à divulgação de produtos e serviços. A partir do século XX, com o surgimento do rádio e da televisão, os jornais se destacaram na produção de notícias. Atualmente, há uma nova revolução no jornalismo, que precisou se adaptar à Era da Informação e do Conhecimento com uma série de transformações para o on-line.

Como parte de um esforço para manter e alcançar novos públicos, os meios de comunicação, em especial jornais e revistas, migraram seus conteúdos para plataformas digitais nas quais passaram a vislumbrar uma possibilidade de expandir e distribuir informações. Nesse sentido, essas transformações podem ser compreendidas a partir do conceito de convergência midiática, que compreende "[...] as transformações tecnológicas, sociais e culturais possibilitando o contraste entre os velhos meios de comunicação passivos e os novos meios de comunicação interativos a partir da distribuição de conteúdos em múltiplas plataformas" (JENKINS, 2009, p. 27).

Assim, compreende-se que o jornalismo está suscetível às transformações condicionadas pelo surgimento das tecnologias de informação e as formas de organização social, que produz a partir dos discursos modos de subjetivação. As reportagens e matérias devem ser vistas, portanto, como materialidade discursiva, em que as "coisas ditas" e as "não ditas" nesses espaços influenciam na maneira de ser e pensar sobre nós mesmos. Para se colocar essas questões nos termos de Michel Foucault, deve-se então pensar o jornalismo como um dispositivo que opera um processo concreto de comunicação com a produção, veiculação e recepção de informações, sobretudo com questões relacionadas à produção de subjetividades.

Ao fundamentar essa discussão a partir do conceito de dispositivo de Foucault (1988), deve-se levar em consideração a relação entre os discursos e as práticas no processo de subjetivação. Nesse sentido, como explica Agamben (2009,) "o dispositivo passa ser qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos de seres viventes" (p. 12) assim como o jornalismo entendido por Foucault (1979, p. 224) como a "invenção fundamental do século XIX", que produz formas sutis de constituir os sujeitos por meio dos discursos.

De acordo com Márcio Souza Gonçalves (2008, p. 144), a mídia desempenha um papel orientada pelo funcionamento de poder na sociedade e, com toda sua multiplicidade, “será, evidentemente, um dos grandes elementos a ser considerado nos processos de produção de subjetividade”. Ao argumentar que a mídia desempenha um papel centrado no funcionamento do poder que veicula sentido e significados, o autor relaciona os dispositivos midiáticos à produção de individualidade, subjetividades. Com isso, busca-se entender o jornalismo como um dispositivo social de produção de verdade, ligado a determinados saberes que são elaborados por meio da produção discursiva.

Assim, foi traçado o seguinte problema de pesquisa: como o jornalismo brasileiro, a partir de reportagens, entre 2017 e 2020, em portais de jornais e revistas, tem tratado o oito de março e quais processos de subjetivação têm sido estabelecidos a partir das recorrências discursivas da cobertura?

A seguir, serão apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Analisar como o jornalismo brasileiro, a partir de reportagens, entre 2017 e 2020, em portais de jornais e revistas, tem tratado o oito de março e quais processos de subjetivação têm sido estabelecidos a partir de recorrências discursivas da cobertura.

1.1.2. Objetivos específicos

Observar a cobertura midiática jornalística do 8 de março;

Identificar como as mulheres são representadas nessas coberturas;

Analisar como o jornalismo, enquanto dispositivo, estabelece processos de subjetivações ligados à representação feminina;

Mapear os veículos midiáticos on-line para coletar dados para análise das representações das mulheres no dia 8 de março.

1.2 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa busca identificar e analisar a representação da mulher construída pela cobertura jornalística do dia oito de março a partir de reportagens e matérias, que foram vistas em suas materialidades discursivas, apoiadas nas ideias do filósofo Michel Foucault, bem como, quais os modos de se compreender a data foram estabelecidos por essa cobertura.

Com base nos últimos quatro anos de cobertura jornalística, de 2017 a 2020, analisamos como os jornais e revistas dialogam com contexto histórico do período estudado, especificamente com as transformações do movimento feminista ao longo dos anos. Embora tenham sido encontrados estudos referentes às representações das mulheres na mídia, entende-se que é necessário ampliar as discussões voltadas a questões de gênero no jornalismo.

Por parte da minha motivação pessoal, essa pesquisa parte de um lugar de fala. Penso na análise do tema como uma contribuição para o movimento feminista do qual participo e acredito. Também é uma contribuição para a sociedade por entender que o jornalismo, em muitos momentos, trabalha com enquadramentos de realidade que não visam humanizar ou problematizar esses acontecimentos.

Ao analisar a representação da mulher na cobertura jornalística do dia oito de março, esta pesquisa justifica-se pela possibilidade não apenas de um aprofundamento dessas questões na comunicação e no ambiente acadêmico, portanto, pode servir de base para futuras pesquisas dentro do tema. Pensar criticamente a representação das mulheres nos meios de comunicação é tentar compreender, reconhecer e valorizar a verdadeira contribuição que o jornalismo pode oferecer para o fortalecimento da luta de gênero no país.

1.3 METODOLOGIA

De acordo com Minayo (2009, p.14), compreende-se a metodologia como:

> [...] o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade [...] inclui simultaneamente a teoria da abordagem (o método), os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas) e a criatividade do pesquisador (sua experiência, sua capacidade e sua sensibilidade).

Este estudo apresenta uma abordagem de cunho quantitativa e qualitativa, que segundo Minayo (2009, p. 21), responde a questões muito particulares e “trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aparições, das crenças, dos valores e das atitudes”. A coleta de dados ocorreu por meio de uma pesquisa em que as fontes dos dados são documentos (MARCONI; LAKATOS, 2010). Ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica, que, de acordo com Gil (2008, p. 51),

> [...] se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto' e pesquisa documental que 'vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa'.

Assim, realizou-se uma revisão bibliográfica dos principais conceitos de jornalismo, com definições de Nelson Traquina (2005), Mauro Wolf (2001), Nilson Lage (2011) e Sarah Silva (2018). No tópico de jornalismo como dispositivo, apresentamos os conceitos de discurso, dispositivo e governamentalidade a partir das definições propostas por Michel Foucault (1979, 1988, 2013), em diálogo com Agamben (2009), Deleuze (2005) e Fischer (2020). No tópico de feminismo, Silva (2014), Butler (2003), Ribeiro e Bingimer (1994), Saffioti (1987), Branca Moreira e Jacqueline Pitanguy (1985), Carneiro (2011), Teles (2003), Buitoni (2009), Naomi Wolf (1992) e Virginia Woolf (1942) fomentaram a discussão sobre o tema. Cecília Sardenberg e Ana Alice Costa (1994), Teles (2003), Carneiro (2011), Foucault (2013) e Alain Touraine (2007) embasaram o tópico sobre o movimento feminista. No tópico de discurso e gênero, foram apresentados conceitos de Foucault (1988, 2016), Roberto Machado (2007), Teresa Lauretis (1994), Joan Scott (1995), Fischer (1997, 2002).

A coleta foi realizada entre 2017 a 2020 nos sites de 14 portais. Para o desenvolvimento do estudo, empreendemos a leitura de jornais e revistas e centralizamos nossa pesquisa em matérias e reportagens publicadas no dia oito de março de 2017 a 2020 nos seguintes veículos midiáticos on-line: *Veja, Época, Isto é, Carta Capital, Exame, Marie Claire, Claudia, Uol, G1.com, R7.com, El País, Folha, O Globo e o Estado de S. Paulo*. Foram levantados os temas abordados, a forma como esses assuntos são tratados, e quais espaços ocuparam nos veículos midiáticos, a fim de entender quais modos de compreensão da data têm sido estabelecidos a partir da cobertura e quais manifestações, verbais ou não estão ligadas a uma prática discursiva e aos processos de subjetivações nessas coberturas. Esses sites foram selecionados por representarem os portais de notícia com mais acesso no Brasil.

Em seguida, foi estabelecido o tratamento do material coletado a partir de sua seleção, classificação e interpretação dos dados por meio do método arqueológico proposto por Foucault (2017), que consiste em uma ferramenta voltada à compreensão da emergência de configurações singulares entre os objetos e suas significações nas relações dos dispositivos, governos e sujeitos e que constituem um encadeamento de poderes e saberes.

A análise do campo discursivo a partir da arqueologia, de acordo com Foucault (2017), busca "compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas

correlações com os outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação exclui" (p.31). Essa análise correponde a um nível específico de descrição que conforme Foucault (2017, p.169-170),

> [...] busca definir não os pensamentos, as representações, as imagens, os temas, as obsessões que se ocultam ou se manifestam nos discursos, mas os próprios discursos, enquanto práticas que obedecem às regras. Ela não trata o discurso como documento, como signo de outra coisa, como elemento que deveria ser transparente, mas cuja opacidade importuna é preciso atravessar frequentemente para reencontrar, enfim, aí onde se mantém à parte, a profundidade do essencial; ela se dirige ao discurso em seu volume próprio, na qualidade de monumento. Não se trata de uma disciplina interpretativa: não busca um "outro discurso" mais oculto. Recusa-se a ser "alegórica".

De acordo com Moreira (2015), a arqueologia é apontada como uma maneira de descrever acontecimentos discursivos, pois, na descrição conceitual de acontecimento, leva-se em consideração as condições de existência que determinam a materialidade própria dos discursos. A análise do campo enunciativo em Foucault (2017) por meio da arqueologia ocorre a partir da regularidade dos acontecimentos. Essa regularidade é apontada pelo autor como "o conjunto das condições nas quais se exercem a função enunciativa que assegura e define sua existência" (FOUCAULT, 2017, p.143) apoiada em uma formação discursiva. Dessa forma, a partir do método, foi possível identificar a regularidade dos discursos sobre o oito de março nas recorrências enunciativas dos textos. Os processos de subjetivação foram observados a partir do discurso das reportagens.

1.4 PERCURSO DA MONOGRAFIA

Assim, a monografia foi estruturada em três capítulos. Além desta introdução, em que se apresenta a contextualização do tema estudado, bem como, o problema de pesquisa, objetivos e métodos, o segundo capítulo trata do jornalismo e de como esse campo se configura como um dispositivo que determina modos de se ver, entender e viver.

No terceiro capítulo, é feito um mergulho sobre a representação da mulher na mídia ao longo da história. O quarto traz uma apresentação das pautas de reivindicação do movimento feminista e como o Dia da Mulher marca essas lutas. A quinta seção apresenta a análise com foco nas recorrências enunciativas do oito de março na imprensa.

Por fim, com este estudo, espera-se contribuir teórico-metodologicamente para futuras pesquisas sobre a data e apresentam-se as considerações finais com um olhar atento às subjetivações estabelecidas a partir das recorrências enunciativas.

2 O JORNALISMO COMO DISPOSITIVO

A possibilidade de analisar o jornalismo apoiado nas ideias de Michel Foucault se dá a partir da observação do momento em que o filósofo busca compreender a formação histórica-estratégica dos saberes e poderes, dos dispositivos, das máquinas sociais. Essas estratégias são verificadas, por exemplo, mediante à formação dos enunciados e discursos que são perpassados por poderes e saberes.

Os discursos foram preocupações constantes ao longo da trajetória intelectual de Michel Foucault, seja o discurso médico, o discurso sobre a loucura, sobre a sexualidade ou sobre o sujeito. E ao longo de suas obras, o filósofo nos oferece várias definições do que seriam os discursos, que não podem ser compreendidos isoladamente, pois, como afirma Fischer (2020), toda a obra de Foucault possui conexões que precisam ser aprofundadas.

Nesse sentido, o modo de olhar para o discurso passa por mudanças ao longo de toda obra de Foucault, uma vez que o conceito não permanece rígido e é recontextualizado a partir segmentos descontínuos da realidade, que produz e veicula poder. Para Foucault (2013, p. 46), o discurso:

> [...] nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si.

Dessa maneira, é preciso reconhecer por meio daquilo que Foucault (2013) denomina como “apropriação social dos discursos” uma seleção e controle do que pode ser dito pelos dispositivos que produzem efeitos de verdade, como o jornalismo. De acordo com Rosa Maria Fischer (2020), a mídia, e, portanto, o jornalismo devem ser compreendidos não apenas como veiculadores, mas como produtores de “saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e apreendidos de ser e estar na cultura que vivem” (p. 115). A partir dos postulados de Michel Foucault, é possível pensar no jornalismo como uma instância produtora de poder que envolve as práticas discursivas e as não discursivas. E as notícias, enquanto produto, se inserem nesse quadro como uma materialidade discursiva, que produz significados a partir de uma relação entre subjetividade e poder.

Foucault (1979, 1988) utiliza o termo dispositivo para demarcar um conjunto de elementos, ditos e não ditos, tais como, discursos, enunciados científicos, leis e instituições. O dispositivo, portanto, demarca a natureza da relação existente entre estes elementos. Nas palavras do autor, pode-se compreender o dispositivo como, “[...] um tipo de formação que, em

um determinado momento histórico, teve como função principal responder a uma urgência. O dispositivo tem, portanto, uma função estratégica dominante" (FOUCAULT, 1979, p. 244). O dispositivo para o autor, está, portanto, inserido em um jogo de poder.

Sobre o poder, Michel Foucault (1988) argumenta que ele se exerce a partir de inúmeros pontos e em meio a relações desiguais e móveis "[...] não é uma instituição e nem uma estrutura, não é uma certa potência de que alguns sejam dotados: é o nome dado a uma situação estratégica complexa numa sociedade dominada" (p. 103). Seria então o jornalismo um dispositivo de poder?

Daisi Vogel (2009) pondera que o jornalismo está intimamente ligado à produção de determinados saberes. E que embora Foucault não detenha seus estudos sobre o jornalismo, as notícias ou narrativas de crimes aparecem em seu apontamento sobre a ilegalidade e delinquência a partir de dispositivos "cuidadosamente articulados" (FOUCAULT, 1987, p. 292). Dessa forma, o jornalismo passa a ser compreendido como um espaço de legitimidade dos discursos.

Giorgio Agamben (2009), para explicar o termo dispositivo e sua funcionalidade, toma-o emprestado de Foucault para ampliá-lo e levá-lo à categoria fundamental para compreensão dos mecanismos políticos. Agamben (2009) resume dispositivo a partir de três eixos,

> a. É um conjunto heterogêneo, linguístico e não linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos;
> b. O dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve sempre numa relação de poder;
> c. Como tal resulta do cruzamento de relações de poder e relações de saber. (p.29).

Nesse contexto, Agamben (2009) explica que, no uso comum como em Foucault, o dispositivo remete "a um conjunto de práticas e mecanismos (ao mesmo tempo linguísticos e não- linguísticos, jurídicos, técnicos e militares) que têm o objetivo de fazer frente a uma urgência e de obter um efeito mais ou menos imediato" (p. 34-35) e atua naquilo que o filósofo denomina de processo de subjetivação.

Ao analisar as múltiplas relações de poder-saber e subjetivação que constituem o jornalismo enquanto um espaço de práticas discursivas, é importante entender qual a influência que essas noções de poder exercem na construção dos enunciados e discursos.

Deleuze (2005), a partir de uma discussão iniciada por Foucault, ao trabalhar o conceito de dispositivo, interpreta-os como "máquinas de fazer falar e ver" (p. 55-56), e pontua que o dispositivo é, na realidade, antes de tudo, "uma maneira de fazer funcionar relações de poder

numa função; e uma função através dessas relações de poder". Ainda de acordo com o filósofo, o dispositivo é uma máquina que produz subjetivações.

A partir desse entendimento, observa-se que a mídia, no geral, opera como dispositivos na sociedade e o jornalismo é responsável por estabelecer processos de subjetivações, determinando modos de compreender e viver a realidade. Para isso, importa, para esta pesquisa, conhecer mais sobre o jornalismo.

De acordo com Nelson Traquina (2005) a trajetória do jornalismo na democracia teve início no século XIX juntamente com a popularização e expansão da imprensa, porém conquistou maior destaque no século XX com o surgimento dos novos meios de comunicação, como o rádio e a televisão. Nesse sentido, diversos fatores contribuíram para fazer do século XIX a "época de ouro" da imprensa e essa expansão dos meios de comunicação colaborou para o desenvolvimento dos jornais e da prática jornalística, tal qual conhecemos hoje. Para Traquina (2005), com o surgimento e expansão dos jornais surgiram novos empregos na área, o que permitiu que diversas pessoas se dedicassem à atividade jornalística.

Durante o século XIX, Traquina (2003) pontua que esse jornalismo passa por mudanças e deixa de ser um jornalismo de opinião para ser um jornalismo de informação. A partir dessas novas concepções de jornalismo como atividade intelectual, o papel do jornalista é definido como um instrumento para que a realidade chegue à sociedade. O jornalismo assume, assim, uma lógica comercial que, de acordo com Traquina (2003, p. 53), buscava atingir o imediatismo das notícias, com "a transmissão direta dos acontecimentos". Com esse novo modelo de se fazer jornalismo, os jornais tinham agora como objetivo fornecer informações.

> Durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo −a chamada "*penny press*"−os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando com objetivo fundamental o aumento das tiragens. Com o objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto −as notícias, baseadas nos fatos (TRAQUINA, 2005, p. 34).

Desse modo, conjunturas históricas levaram o jornalismo a se inserir de maneira objetiva nos processos socioculturais e políticos. Com os avanços tecnológicos e a convergência dos meios de comunicação, conforme explica Jenkins (2009), os jornais precisaram se adaptar às transformações condicionadas pelo surgimento de novas tecnologias de informação e novas formas de organização social. Mauro Wolf (2001) situa o jornalismo como um dos principais promotores da agenda pública. Para o autor, os jornais "definem amplamente o âmbito do interesse público" (p. 70) com o fornecimento dos acontecimentos significativos e interessantes e a sua capacidade de incidir no interesse do país.

John Thompson (1998) ressalta que as transformações na mídia e nos meios de comunicação, suscitadas em grande parte graças ao avanço da tecnologia, possibilitaram o surgimento de novas redes de poder e que os meios de comunicação e seu desenvolvimento significativo geram impactos sociais a partir daquilo que Traquina (2003) denomina de relação simbiótica entre jornalismo e democracia.

O jornalismo passou a ser associado à democracia e a partir de então, ficou conhecido como o quarto poder que encontrou legitimidade nos intérpretes convincentes da opinião pública, ao integrar a sua prática à visibilidade e dar voz às representações sociais a partir das coberturas jornalísticas.

O jornalismo contribui diariamente para a formação social do indivíduo ao oferecer informações, ao mesmo tempo que possibilita ao leitor o desenvolvimento do senso crítico, de acordo com o que é veiculado. Dentro desse contexto, a narrativa é constituída a partir dos gêneros jornalísticos. De acordo com Marcondes Filho (1986, p. 13), a notícia constitui-se como um artefato linguístico importante para compreender e executar a prática jornalística. O autor entende a notícia como:

> [...] a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político.

Nesse sentido, Nelson Traquina (2005) enfatiza que o principal produto do jornalismo contemporâneo é a notícia. E que ela é resultado de interações entre os agentes sociais como um recurso para viabilizar as estratégias de comunicação. Conforme Traquina (2005, p. 95),

> As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional.

Ao entender que as notícias estão inseridas no campo de um acontecimento, Traquina (2005) argumenta que elas são resultantes de um processo que envolve a seleção, percepção e a transformação de um material bruto em um produto final.

A definição do termo notícia é uma discussão fundamental na explicação e execução do fazer jornalístico. Mauro Wolf (2001), ao explicar notícia, toma emprestado a definição de David Altheide (1976), que a considera produto de uma sequência contínua, implicando,

> [...] uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem o objetivo de reuni-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca das suas relações, e fazê-los de modo a entreter os espectadores (p. 112).

Nilson Lage (2011) explica que, no jornalismo contemporâneo, a notícia é definida como "[...] o relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante ou interessante; e, de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante" (p. 17), que tem como objetivo não apenas narrar os acontecimentos, mas torná-los públicos.

Ao compreender o significado da notícia enquanto elemento constitutivo do jornalismo, bem como sua relevância, é importante considerar o papel de proximidade com os leitores que se pretende alcançar. É por meio das notícias que são narrados os fatos de uma sociedade. Por isso, atrelado às discussões da definição de notícia, a noticiabilidade está estritamente relacionada com esse processo de produção jornalística a partir da seleção primária dos fatos e os valores-notícias que pertencem a um universo mais amplo, denominado de noticiabilidade. Esses critérios norteiam a seleção acerca do que irá ser destaque nas edições dos jornais de cada dia.

Mauro Wolf (2001) explica que os critérios de noticiabilidade correspondem ao conjunto de operações e instrumentos com os quais as empresas de comunicação e informação escolhem diariamente um determinado número de fatos dentre uma infinita quantidade do que pode ou não ser uma boa notícia. O autor define a noticiabilidade como:

> Um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores-notícias (news values) como uma componente da noticiabilidade. (p. 85).

Wolf (2001) ressalta que esses critérios são resultantes de uma cultura profissional e estão estreitamente relacionados com os processos de rotinização e de estandardização das práticas de produção da notícia, como uma forma de organização do trabalho, presentes não apenas na seleção das notícias, mas participam em operações posteriores, embora com objetivos diferentes.

Para Traquina (2005), o esquema geral da notícia deve-se à existência dos critérios de noticiabilidade. Frente a um volume grande de matéria-prima para escolha de um acontecimento noticioso, é preciso selecionar e estratificar por meios de critérios o que virá ser uma notícia.

> Os critérios de noticiabilidade são um conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e por isso, possuindo "valor-notícia". (p. 63).

Como forma de organizar e hierarquizar os fatos na produção das notícias, os valores-notícias operacionalizam as análises dos acontecimentos noticiáveis. Mauro Wolf (2001)

considera que os valores-notícias funcionam como regras práticas que “abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais” (p. 85). E que devem ser definidos como qualidades dos eventos e não como parte da construção jornalística.

Ao entender que são esses critérios acima mencionados que norteiam a prática jornalística, é pertinente apresentar as teorias que discutem os aspectos ligados à rotina de construção e produção das notícias. Para isso, é necessário verificar quais os fatores que interferem na produção e construção da notícia pelos veículos de comunicação. O processo de seleção e organização das notícias necessita das decisões de um profissional que têm o papel de decidir que informação é pertinente para um determinado grupo, sejam os leitores, seja a própria organização comunicacional. Esse profissional é chamado de *gatekeeper*, que, no caso, é o próprio jornalista.

Sobre a teoria *gatekeeper*, Nelson Traquina (2003) explica que ela surgiu na década dos anos 50 a partir de um estudo sobre as dinâmicas que agem no interior dos grupos sociais. De acordo com Traquina (2003) o termo *gatekeeper*,

> Refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões, foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin num artigo, publicado em 1947, sobre as decisões domésticas relativas à aquisição de alimentos para a casa. (p. 150).

Sarah Silva (2018) explica que essa teoria, no sentido literal da palavra, significa “porteiro”. Foi a primeira teoria introduzida no jornalismo como embasamento para entender como ocorre a seleção dos conteúdos do cotidiano que são pertinentes para aparecer como material jornalístico.

De acordo com White (2016 apud SILVA, 2018, p. 41), no jornalismo existem vários “selecionadores” que ajudam no processo de escolha do que é propício para ser noticiado. O autor explica que os repórteres, as agências de notícias, os correspondentes, ao serem os primeiros a ter contato com o assunto e deterem o papel de julgar se o acontecimento é digno de se tornar notícia, acabam por se tornarem os “primeiros portões", o que, nas palavras de White (2016), passa por uma “cadeia de comunicação” até chegar ao “último *gatekeeper*”, que é aquele que recebe todo o material e analisa o que é válido ou não, e o que é interessante para o veículo no qual está inserido.

Depois de compreender a importância da teoria *gatekeeper* para seleção dos assuntos que virão se tornar notícia, é relevante perceber qual é o papel do leitor na construção das notícias por meio da teoria do agendamento ou *agenda-setting*. Essa teoria defende que o

público tem tendência a incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os meios de comunicação incluem ou excluem das coberturas de certos temas.

Mauro Wolf (2001) enfatiza que a *agenda-setting* ocupa um lugar de destaque nas teorias da comunicação de modo a hierarquizar os acontecimentos ou os temas públicos que são relevantes. Para o autor essa hipótese é, portanto,

> [...] mais um núcleo de temas e de conhecimentos parciais, suscetível de ser, posteriormente, organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelo mass media, do que um modelo de pesquisa definido e estável. (p. 62).

Nesse sentido, ainda de acordo com Wolf (2001) essa teoria realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social. É por meio desse agendamento das notícias que o público presta atenção ou ignora, ou é indiferente aos acontecimentos transformados em notícias. O conceito de agendamento é, de acordo com Traquina (2005), baseado nos estudos de Maxwell McCombs e Donald Shaw, que investigaram a influência dos *media* no agendamento de temas importantes na sociedade. Ainda, de acordo com Wolf (2001), essa teoria toma como postulado um impacto direto, mesmo que não seja de imediato, sobre os destinatários, por meio de duas maneiras,

> a <<ordem do dia>> dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos mass media; b. a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na <<ordem do dia>>. (p. 63).

Com a hierarquização das notícias na construção da prática jornalística, não se pode ignorar a presença do público enquanto promotor dessa ordem do dia que determina a prioridade dos assuntos de maneira a hierarquizá-los nos *mass media*. Ao levar informações para os sujeitos, os jornais produzem e divulgam representações sob o pretexto de atrair a atenção do leitor a partir de conteúdos. Desse modo, como explica Silva (2014), essa representação é concebida a partir de sistemas simbólicos, como a produção de discursos jornalísticos.

E são justamente os discursos do jornalismo que engendram processos de subjetivação. A governamentalidade é uma noção importante para compreendermos os dispositivos, uma vez que é a partir dos governos que Foucault (1979) nos fala das tecnologias de poder, que visam sobretudo, "conduzir condutas". O autor utiliza o conceito para analisar relações de poder existentes e explica que com a noção de governamentalidade pretende dizer três coisas,

> 1. o conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexos, cálculos e táticas que permitem exercer esta forma bastante específica e complexa de

> poder, que tem por alvo a população, por forma principal de saber e economia política e por instrumentos técnicos essenciais os dispositivos de segurança.
> 2. a tendência em que todo o Ocidente conduziu incessantemente, durante muito tempo, à preeminência deste tipo de poder, que se pode chamar de governo, sobre todos os outros ─ soberania, disciplina, etc. ─ e levou ao desenvolvimento de uma série de aparelhos específicos de governo e de um conjunto de saberes.
> 3. o resultado do processo através do qual o Estado de justiça da Idade Média, que se tornou nos séculos XV e XVI Estado administrativo, foi pouco a pouco governamentalizado. (p. 292).

A partir dessa noção de governamentalidade que exerce sobre os indivíduos relações de poder, compreendemos os jornais e revistas, enquanto produtos da mídia, como dispositivos que operam ciclos completos de subjetivações ou, como explica Agamben (2009), uma máquina capaz de produzir

> [...] um novo sujeito que se constitui a partir da negação de um velho, nos dispositivos hodiernos (a internet, os telefones celulares, a televisão, as câmeras de monitoramento urbano etc), não é mais possível constatar a produção de um sujeito real, mas uma recíproca indiferenciação entre subjetivação e dessubjetivação. (p. 13-14).

Nessa perspectiva, é importante pensar em quais espaços essas noções de poder e saber ocorrem. Ao empregarmos a noção de dispositivo ao jornalismo, devemos nos atentar que ele instaura processos de subjetivação dentro de um universo discursivo, no qual configura-se como um produtor de efeitos de verdades, que determina o que pode ou não ser notícia, a partir de critérios muito específicos de seleção dos fatos. E é a partir desses critérios que os jornais e revistas ampliam ou pluralizam os enunciados em conformidade com assuntos que devem ou não ser notícia.

Informações relacionadas a mulheres entram justamente nesses polos entre a visibilidade e invisibilidade midiática. Para isso, a próxima seção tratará melhor da representação das mulheres na mídia.

3 REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS MULHERES NA MÍDIA

A relação entre a representação das mulheres e a mídia implica questões mais abrangentes, que estão além de como elas podem ser vistas na televisão, jornais e revistas. Diz respeito ao seu papel social e como historicamente foram moldados os elementos na construção das identidades femininas nos meios de comunicação e na sociedade. Tadeu Silva (2014) explica que a "representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos" (p. 18) e, ao questionar essas representações, os teóricos devem se atentar às relações de poder em torno das quais elas se organizam por meio dos sistemas simbólicos que estabelece as identidades individuais e coletivas.

A relação entre a comunicação e a representação foi estudada por Silva (2014), que identifica esses sistemas de representação como um processo cultural que envolve as práticas de significação e,

> [...] estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais elas se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais podem falar. (p. 18).

O autor ressalta que todas as práticas de significação dentro do sistema de representação envolve poder e que, ao questionar a identidade e a diferença, por exemplo, deve-se problematizar essas relações de poder em torno das quais elas se organizam. E argumenta: "a identidade está ligada a sistemas de representação" (SILVA, 2014, p. 83), que tem estreitas conexões com relações de poder.

Ao questionar a quem precisa de identidade e representação, o autor pontua breves considerações acerca do discurso feminista.

> No discurso da crítica feminista e da crítica cultural influenciada pela psicanálise têm-se destacado os processos inconscientes de formação da subjetividade, colocando-se em questão, assim, as concepções racionalistas do sujeito. As perspectivas que teorizam o pós-modernismo têm celebrado, por sua vez, a existência de um "eu" inevitavelmente performativo. (SILVA, 2014, p. 103).

Nesse contexto, a relevância dos estudos das representações sociais do conceito de identidade do pensamento feminista também é pontuada por Silva (2014). O autor enfatiza que a teoria feminista e a teoria *queer* contribuem de forma incisiva nos questionamentos das oposições binárias, das quais se baseiam os processos de identidade de gênero.

Judith Butler (2003), teórica do feminismo e dos estudos de gênero, questiona essas oposições binárias, mencionadas por Silva (2014), como um efeito das formações das relações de poder. A autora pontua que:

> A hipótese de um sistema binário dos gêneros encerra implicitamente a crença numa relação mimética entre gênero e sexo, na qual o gênero reflete o sexo ou é por ele restrito. Quando o status construído do gênero é teorizado como radicalmente independente do sexo, o próprio gênero se torna um artificio flutuante, com a consequência de homem e masculino podem, com igual facilidade, significar tanto um corpo feminino como um masculino, e mulher e feminino, tanto um corpo masculino como um feminino. (p. 24-25).

Ao explicar essas categorias fundacionais do sexo e gênero, Butler (2003) argumenta que se por um lado a representação serve como termo operacional, por outro, servirá como uma instância normativa construída culturalmente no interior das relações de poder. Os questionamentos acerca da problemática do discurso de gênero nos meios de comunicação exige um campo explicativo, abrangente e flexível. Ao se problematizar as questões de gêneros que envolvem as representações sociais, deve-se, portanto, falar das relações de poder que as permeiam, bem como seu modo de circulação.

O feminismo enquanto uma doutrina tem priorizado a igualdade entre os sexos e a redefinição do papel da mulher na sociedade, inclusive como esse papel deve ser representado nas instituições. O movimento surgiu em resposta às necessidades das mulheres diante do nascimento de uma consciência crítica acerca das opressões e das lutas pela emancipação e libertação das mulheres dos sistemas que as oprimem. Na coletânea *Mulher e relações de gênero,* as organizadoras Margarida Ribeiro e Maria Clara Bingemer (1994) enfatizam que:

> O feminismo é um fenômeno que surge quando algumas mulheres, como resultado de experiências comuns, sentem e articulam a identidade de seus interesses, e os direitos que lhes são negados em relação aos homens. As experiências comuns são determinadas por sua situação de sexo subordinado. A consciência de gênero é a forma como essas experiências são tratadas em termos culturais. Encaradas em tradições, sistemas de valores, ideias e formas institucionais. (p. 84).

Sobre a realidade das mulheres de países como o Brasil, as estudiosas destacam que, apesar dos avanços do movimento feminista, a situação de algumas mulheres ainda permanece subordinada a um poder simbólico que molda seu comportamento e suas ações.

> [...] a situação da mulher brasileira− inclusive no que se refere ao seu nível de conscientização e desenvolvimento social− ainda permanece muito aquém das expectativas, sobretudo quando se considera aquelas situadas nas camadas populares. Na realidade, uma pequena minoria, pertencendo em geral às classes mais favorecidas, tem-se beneficiado dos novos espaços e direitos conquistados. A maior parte das mulheres não desfruta desses avanços, nem deles tem consciência do seu significado. Vivem à margem do processo de mudança social− uma situação que, certamente, não é especifica as mulheres, mas, sem dúvidas, mais grave no seu caso,

> devido à exploração e opressão de gênero, além da de classe (RIBEIRO; BINGEMER, 1994, p. 108).

Ao falar sobre representação, deve-se repensar os diversos papéis sociais atribuídos às diferentes categorias de sexo, bem como se deve compreender a naturalização dos processos socioculturais de sujeição e violência, especificamente contra as mulheres.

Heleieth Saffioti (1987) argumenta que a identidade social da mulher, assim como a do homem, é moldada por meio da atribuição de distintos papéis, como por exemplo o papel de mãe, dona de casa e rainha do lar.

> A sociedade delimita, com bastante precisão, os campos em que pode operar a mulher, da mesma forma como escolhe os terrenos em que pode atuar o homem. […] investe muito na naturalização deste processo. Isto é, tenta fazer crer que a atribuição do espaço doméstico à mulher decorre de sua capacidade de ser mãe. De acordo com este pensamento, é natural que a mulher se dedique aos afazeres domésticos, aí compreendida a socialização dos filhos, como é natural sua capacidade de conceber e dar à luz. (p. 8-9).

Esse processo de naturalização, de acordo com a socióloga, se dá por meio do poder que está centrado nas mãos masculinas e ocorre pela sujeição das mulheres em espaços regulados por homens, controlados pelos detentores de poder. Sobre a representação das mulheres nesses espaços constituídos de discursos machistas, Heleieth Safiotti (1987) questiona,

> [...] qual é a imagem da mulher nos meios de comunicação de massa? Toma-se, por exemplo, a figura da mulher que anuncia produtos na televisão. A mulher encara ou a figura da dona-de-casa, fazendo publicidade de produtos de limpeza, alimentos, adornos, ou a figura da mulher objeto sexual, anunciando perfumes, roupas e joias destinados a excitar os homens. Em qualquer dos casos – o da dona-de-casa e o da mulher objeto sexual – a mulher está obedecendo aos padrões estabelecidos pela sociedade brasileira (p. 30).

Entretanto, Safiotti (1987) não foi a única teórica a questionar qual é o modelo de representatividade da mulher nos meios de comunicação, bem como quais as imagens estão associadas à mulher, que, por vezes, reforçam comportamentos retrógrados e sexistas. Dulcília Buitoni (2009), ao traçar um panorama sobre a representação feminina pela imprensa brasileira até o final da década de 1970, observa quais formas de representação foram sendo delineadas nas páginas dedicadas às mulheres nos jornais e revistas e problematiza em que medida a imprensa difundiu conteúdos que "influenciaram na formação da consciência da mulher brasileira?" (p. 23). A autora explica que as revistas e o jornalismo sempre acabam por privilegiar certos personagens em relação a outros.

Esses discursos veiculados nos meios de comunicação, de acordo com Branca Moreira e Jacqueline Pitanguy (1985), "[...] enfatizam a imagem da 'rainha do lar', exacerbando-se a

mistificação do papel da dona-de-casa, esposa, mãe. Novamente o trabalho externo da mulher é desvalorizado, tido como suplementar ao do homem" (p. 50). Essas representações são fabricadas a partir de discursos que buscam justificar essa desvalorização.

Gilles Lipovetsky (2000) também problematizou essa influência da imprensa sobre as mulheres ao analisar a mulher pelo processo histórico a qual a mesma foi submetida. Lipovetsky (2000 apud CARNEIRO, 2011) compreende que:

> Ao longo do século XX, a imprensa feminina adquiriu um imenso poder de influência sobre as mulheres. Generalizou a paixão pela moda, favoreceu a expansão social dos produtos de beleza, contribuiu para fazer da aparência uma dimensão essencial da identidade feminina para maior número de mulheres. No fundo, ocorre com a imprensa feminina o mesmo que ocorreu com o poder político nas democracias modernas: assim como o poder público não cessou de aumentar e de penetrar na sociedade civil, no momento mesmo em que o poder moderno se apresenta como a expressão da sociedade, reforçou-se a influência da imprensa sobre as mulheres na medida em que ela se esforçou em aumentar o poder destas sobre sua própria aparência. (p. 164).

Essas representações e identidades das mulheres, elaboradas na mídia e apontadas por Lipovetsky (2000), foram amplamente divulgadas na sociedade e passam ser questionadas a partir dos estudos de gêneros e o surgimento das diversas fases do movimento feminista.

Os surgimentos dos jornais contribuíram para a disseminação dessas novas formas de teorizar o movimento. Maria Amélia de Almeida Teles (2003) relata que o Brasil foi um dos primeiros países latino americano em que o jornalismo empenhou-se em divulgar as causas do movimento. A autora acrescenta ainda:

> Em meados do século XIX surgiram no Brasil diversos jornais editados por mulheres, que, certamente, tiveram grande papel para estimular e disseminar as novas ideias a respeito das potencialidades femininas. Vários brasileiros recorriam à imprensa para informação e trocas de ideias sobre suas crenças e atividades. As feministas brasileiras também lançaram mão desse recurso. (p. 33).

Dulcília Buitoni (2009) explica que factualmente a representação das mulheres na mídia esteve ligada aos seus papéis básicos como o de dona de casa, mãe, esposa, com temas tradicionais que se resumem a meia dúzia de itens “moda, beleza, culinária, decoração, comportamento, celebridades, um conto, etc” (p. 25). Coube então ao feminismo questionar como a mulher deveria ser representada nessas esferas institucionais.

Com a expansão das revistas direcionadas ao público feminino, Buitoni (2009) argumenta que foram moldados novos padrões de comportamento e beleza que condicionaram as mulheres em um tipo padronizado: “o da mulher branca, de ‘pele fina’ (aparece três vezes explicitamente; e, nas outras, está implícito), bem-proporcionada (duas vezes), cabelos e olhos bonitos” (p. 95). Todas essas qualidades, apontadas por Buitoni, fazem parte do que

tradicionalmente se convencionou como imagem feminina, do que se espera das mulheres. É como se elas precisassem ser “gentis”, “amáveis”, “recatadas”, “dona de casa” e “esposa”, características refinadas pelo mito da beleza.

Naomi Wolf (1992) explica que, à medida que as mulheres foram liberadas da mística feminina, fenômeno analisado por Betty Friedan (1963), que centralizou o papel feminino sob uma ótica do consumo e da domesticidade, “o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social” (p. 12). A autora ainda explica que, com a ascensão das revistas voltadas ao público feminino, aliada aos investimentos de grandes conglomerados comunicacionais, começou-se a democratizar um modelo de beleza a ser seguido,

> ‘A beleza’ é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer, sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriam (p. 15).

Com base nesse sistema monetário de que fala Naomi Wolf (1992), as revistas começaram a estabelecer indicadores de beleza. Com isso,

> [...] as mulheres são profundamente afetadas pelo que as suas revistas lhe dizem (ou pelo que acreditam que elas lhes dizem) porque essas publicações são tudo o que a maioria das mulheres tem como acesso à sua sensibilidade de massa. (p. 92)

É por meio dessas publicações que identidades foram formadas. Historicamente, a identidade social da mulher foi construída e moldada dentro de um sistema de representação que lhe atribui o papel de “anjo do lar”, termo utilizado por Virginia Woolf (2018) em uma conferência realizada pela Sociedade Nacional de Auxílio às Mulheres em 1942. O termo foi empregado pela escritora para designar o idealizado papel doméstico das mulheres. Em suma, “seu feitio era nunca ter opinião ou vontade própria” (p. 4). Era preferível que a mulher concordasse com as vontades e opiniões dos outros.

Com a desvalorização social, fazia-se necessário reescrever a história para incluir nela o surgimento de uma consciência crítica que questionasse não apenas os sistemas simbólicos de representação, mas como a igualdade dos sexos poderia redefinir o papel das mulheres na sociedade. O feminismo surge então em resposta a essas necessidades, como um movimento que vai questionar esse papel da mulher na família, no mercado de trabalho, nos meios de

comunicação e em outras instâncias patriarcais. Torna-se condição de emergência para novos discursos em torno da questão da mulher e do oito de março.

4 O MOVIMENTO FEMINISTA E O DIA DA MULHER

O movimento feminista surgiu como uma necessidade das mulheres para superarem as formas de organização tradicionais permeadas pelo patriarcalismo. Surgiu concomitantemente com a mobilização das mulheres durante a Revolução Francesa (1789) em que as mulheres reivindicavam igualdade de direito entre os sexos e a liberdade de trabalhar.

Branca Alves e Jaqueline Pitanguy (1985) argumentam que o movimento feminista contribui para garantia de um lugar mais igualitário para as mulheres na sociedade. Sobre a importância do movimento na garantia dos direitos das mulheres, as autoras explicam que, em suma,

> O feminismo busca repensar e recriar a identidade do sexo sob uma ótica em que o indivíduo seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados, e onde as qualidades "femininas" ou "masculinas" sejam atributos do ser humano em sua globalidade. (p. 9).

Diversas transformações suscitaram o nascimento do feminismo enquanto movimento político. E, a partir da década de 60, o movimento incorporou diversas reivindicações das mulheres, bem como, pressupõe o surgimento de uma consciência de gênero a partir da denúncia "à mística de um 'eterno feminino', ou seja, à crença na inferioridade 'natural' da mulher, calcada em fatores biológicos", conforme explicam Alves e Pitanguy (1985, p. 54).

Cronologicamente, o movimento feminista é dividido em três fases que correspondem aos esforços empreendidos pelas mulheres ao longo da história para alcançarem autonomia e se libertarem de uma cultura de dominação masculina enraizada nas instâncias produtoras de poder na sociedade. A primeira onda feminista começou nas últimas décadas do século XIX e buscava, conjuntamente com a mobilização inglesa, a igualdade dos direitos. Por conta disso, essas primeiras feministas ficaram conhecidas como as sufragistas. Nessa primeira fase, mulheres brancas e de classe média alta, que viviam reclusas em suas casas, buscavam o direito ao sufrágio, à educação e mais espaços nas decisões públicas.

As teóricas feministas Branca Alves e Jacqueline Pitanguy (1985) explicam que o sufragismo teve início nos Estados Unidos em 1918. As sufragistas denunciavam a exclusão das mulheres na vida pública. "Ele foi, no entanto, um movimento feminista, por denunciar a exclusão ao voto - esta prática de luta de massas estava fadada a desaparecer" (p. 48). Nesse sentido, o sufragismo foi uma luta específica pelo direito ao voto universal.

O sufrágio feminino foi conferido às mulheres apenas em 1932, após uma vitória das feministas que, desde 1981, pleiteavam o direito do voto para as brasileiras. Ana Izabel Álvarez González (2010) explica que "o voto feminino está necessariamente ligado à emancipação

econômica da mulher de suas tarefas domésticas e de sua dependência econômica da família e o incremento da força de sua atividade como assalariada" (p. 173). Portanto, a conquista do voto feminino é derivada das transformações econômicas e sociais causadas pelo sistema capitalista.

De acordo com Branca Alves e Jacqueline Pitanguy (1985), a luta das mulheres pelo voto no Brasil não teve as características de outros movimentos sociais, como ocorreu nos Estados Unidos e Inglaterra. No entanto, o sufragismo no país "lutou por denunciar a exclusão da mulher da possibilidade de participação nas decisões públicas" (p. 48). Foi graças aos esforços empreendidos por Deolinda Daltro, fundadora do Partido Republicano Feminino, que o debate sobre o voto das mulheres foi retomado no Congresso.

Cecília Sardenberg e Ana Alice Costa (1994), no artigo *Feminismo, feminista e movimentos sociais*, explicam que essa corrente do movimento feminista denominada sufragismo "desenvolveu-se principalmente nos países de capitalismo avançado, como nos Estados Unidos e na Inglaterra, assumindo em cada instância características próprias" (p. 88). De modo geral, o sufragismo foi responsável pelo aparecimento de uma tomada de consciência pelas mulheres em relação aos seus direitos na sociedade.

No Brasil, as sufragistas estavam empenhadas em conquistar o direito ao voto para as mulheres. Teve um início tardio, em 1910, quando a professora Deolinda Daltro fundou, no Rio de Janeiro, o Partido Republicano Feminino. Maria Amélia Teles (2003) explica que no começo as feministas no Brasil eram poucas e tímidas e se organizaram para articular iniciativas que consolidaram o movimento no país.

Com a instauração do Ano Internacional da Mulher, em 1975, essas iniciativas, de acordo com a autora, se proliferaram nos diferentes estados e tinham como objetivo implementar no âmbito público as reivindicações das mulheres. A autora elenca algumas dessas iniciativas das feministas no Brasil.

> Editaram jornais e outras publicações como cadernos e revistas. Denunciaram o conservadorismo das leis, dos costumes e casos concretos de violação dos seus direitos ocorridos em suas próprias casas, nos locais de trabalho e nas ruas. Abordaram em estudos e ações práticas temas como a sexualidade, o aborto, a violência sexual e doméstica, os direitos reprodutivos, a saúde da mulher, as relações trabalhistas e o trabalho doméstico. Indicaram às mulheres a necessidade de conhecer o próprio corpo e decidir sobre ele. Estruturam serviços de atendimento na área da saúde, social e jurídica. Organizaram centros de documentação e de comunicação. Assessoraram mulheres de sindicatos e de bairros de periferia. (TELES, 2003, p. 15).

Nesse contexto, Teles (2003) explica que as primeiras feministas do Brasil buscaram não apenas conquistar o direito de votarem, bem como "engrossaram as fileiras nos movimentos

pela anistia, por liberdades políticas e por uma constituinte livre e soberana" (p. 14). Essas iniciativas foram importantes para o avanço das pautas feministas no país.

Como argumentam Sardenberg e Costa (1994), o feminismo é um "fenômeno que surge quando algumas mulheres, como resultado de experiências comuns, sentem e articulam a identidade de seus interesses, e os direitos que lhes são negados" (p. 84). As autoras definem o movimento feminista como uma doutrina que prioriza a igualdade entre os sexos e que busca a redefinição da mulher na sociedade,

> [...] o feminismo pressupõe o surgimento de uma consciência de gênero feminina, que poderíamos dizer feminista, na qual estão projetadas e reelaboradas as desigualdades vivenciadas por determinadas mulheres, num determinado momento da história. (p. 83).

Ao examinar algumas das tendências do feminismo na história, deve-se, no entanto, discorrer acerca da trajetória do movimento feminista, em especial atentar para os fatores que contribuíram para o surgimento dele. Diversas estudiosas e teóricas dos estudos de gênero discorrem sobre as primeiras manifestações e transformações do movimento feminista.

Ribeiro e Bingemer (1994) argumentam que o movimento surgiu em torno de outras revoluções:

> Enquanto forma organizada de manifestação política, o feminismo surge junto a toda mobilização da Revolução Francesa, que será a 'grande Revolução burguesa', na qual o povo teve uma participação muito importante na derrota dos privilégios formais e tudo que então significava velho e retrógrado. (p. 88).

Após décadas da primeira onda feminista, o feminismo teve sua segunda onda, dentro de um contexto político bastante conturbado. Os debates ultrapassaram as demandas por igualdades entre homens e mulheres. Com isso, as feministas passaram a focar nas diferenças entre homens e mulheres, bem como buscavam denunciar a manipulação e violência a que historicamente estavam submetidas.

As feministas levantaram questões fundamentais acerca da assimetria sexual e buscaram analisar a internalização e reprodução das formas de discriminação. Alves e Pitanguy (1985) explicam que, desse modo, o feminismo voltou-se para a "recuperação das formas de resistência desenvolvidas pelas mulheres em diferentes culturas e que resultam muitas vezes no estabelecimento de formas alternativas de exercício de poder" (p. 57).

A terceira onda do movimento começou após os anos de 1990 e as feministas deram atenção às brechas deixadas nas primeiras ondas com questões voltadas ao prazer sexual e à livre opção pela maternidade. Nesse sentido, advogaram o direito ao aborto e a ruptura dos moldes tradicionais de sexualidade a que eram submetidas.

Teles (2003) destaca um evento que é bastante publicizado pelos meios de comunicação quando se refere ao surgimento dos primeiros momentos do movimento feminista, o incêndio na Triangle Shirtwaist Company, em Nova York.

> A história dessa data se refere à greve das operárias têxtis da fábrica Cotton, ocorrida em Nova York (EUA) em 1857. Na ocasião, as forças policiais atearam fogo à fábrica para reprimir aquelas que insistiam na greve, quando então morreram 129 operárias queimadas. Elas reivindicavam a redução da jornada de trabalho para dez horas diárias e o direito à licença-maternidade. No II Congresso de Mulheres Socialistas, realizado em Copenhague (Dinamarca), a comunista alemã Clara Zetkin propõe que se consagre o dia 8 de março como o Dia Internacional da Mulher, numa homenagem àquelas operárias. (p. 96).

Entretanto, antes desse evento, amplamente divulgado nos meios de comunicação como o marco inicial da luta feminista, algumas autoras enfatizam que os avanços das ideias feministas surgiram bem antes de 1857, ano que ocorreu o incêndio em Nova York.

Nesse contexto, Teles (2003) explica que o ano de 1975, Ano Internacional da Mulher, foi um ano decisivo para a propagação das idéias feministas no Brasil, mediante uma conjuntura política bastante conturbada. Ao explicar as primeiras manifestações feministas no Brasil, a autora destaca que,

> Graças ao desempenho das mulheres, 1975 tornou-se de fato o marco histórico para o avanço das ideias feministas no Brasil. Sob uma ditadura militar, mas com o apoio da ONU, a mulher brasileira passou, então, a ser protagonista de sua própria história, em que a luta por seus direitos específicos se fundia com as questões gerais. Respondia de maneira forte aos anseios da época: de se expressar, de falar, de enfrentar, de agir. (p. 85).

A autora argumenta que, no começo, "eram poucas e tímidas, mais intuitivas do que conscientes, as primeiras mulheres encontravam outras muito assustadas, que tentavam resistir-lhes ao apelo, mas acabavam cedendo" (TELES, 2003, p. 85). Os jornais da época desempenharam um papel relevante para o fortalecimento das reivindicações das pautas feministas, ajudaram as mulheres a tomar consciência da sua condição, muitas vezes sobre a forte censura que pairava sobre todos os meios de comunicação da época. A autora pontua que:

> Os jornais feministas da época acusavam a aspiração das mulheres a uma sexualidade livre. É preciso também optar por não ter filhos, já que o sexo e procriação não andam necessariamente juntos. Isso quer dizer que todas as mulheres devem ter todas as informações sobre os métodos anticoncepcionais que existem. Saber quais são os problemas que podem causar como controlar erros, possíveis efeitos, enfim, como funcionam. (p. 146).

A importância dos jornais para o debate das ideias feministas trouxe à tona a necessidade de as mulheres conhecerem sua sexualidade, sem privar-se com medo de retaliações por parte de movimentos mais radicais que faziam oposição ao feminismo. Teles (2003) menciona que

> Debatendo a sexualidade, abordavam-se muitos outros pontos: desde as noções mais elementares sobre o corpo das mulheres até as que facilitam o entendimento das complexas relações de poder na sociedade. Quando as mulheres podem conhecer e decidir sobre seu próprio corpo, passam a exigir os meios seguros para o controle de sua fertilidade e começam a separar as questões referentes à sexualidade daquelas concernentes à procriação. (p. 148).

Nesse sentido, Teles (2003) explica que o Brasil foi o primeiro país da América Latina, no qual houve um maior esforço por parte do jornalismo feminista, o que possibilitou sem dúvidas, que as mulheres, leitoras dessas publicações, tomassem consciência sobre a importância de lutar pelos os seus direitos.

A partir de uma análise da imprensa feminina do século XIX, Dulcília Buitoni (2009) constata que o surgimento dos jornais e revistas dedicados às mulheres estava relacionado com a "ampliação dos papéis femininos tradicionais, circunscritos até então ao lar ou ao convento. E também com a evolução do capitalismo, que implicava novas necessidades a serem satisfeitas" (p. 29). Essas formas de representação, apontadas por Buitoni (2009), foram delineadas ao longo dos anos em páginas de revistas e jornais brasileiros, que difundem conteúdos que, em certa medida, podem influir na consciência da mulher.

Teles (2003) aponta que os jornais "formularam também questionamentos em relação ao papel 'milagroso' do socialismo na situação de todos os problemas" (p. 160-161). Apesar das conquistas por meio do sufrágio, as mulheres ainda precisam lutar para ter seus direitos reconhecidos. E coube aos meios de comunicação democratizar e redefinir a representação social das mulheres.

Para Teles (2003), ao se debater a sexualidade, por exemplo, em espaços como os meios de comunicação, "inicia-se um processo importante de libertação, que inclui outras pessoas com as quais ela se relaciona" (p. 148). Esse processo de libertação da sexualidade e dos corpos foge aos mecanismos de coerção dos corpos impostos pelas disciplinas. Michel Foucault (2013) define as disciplinas como um conjunto de métodos com funções restritas e coercitivas aplicados aos discursos.

De acordo com Foucault (2013) a disciplina refere-se a "[...] um princípio de controle da produção do discurso. Ela lhe fixa os limites pelo jogo de uma identidade que tem a forma de uma ritualização permanente das regras" (p. 34). É por meio dessas disciplinas que ocorre por via de regras o processo de sujeição dos corpos. Processo esse que as feministas rejeitam e buscam desconstruir.

Alain Touraine (2007) enfatiza que o feminismo transformou profundamente a condição das mulheres em diversos países e que o movimento perpassou por diversas nuances, desde um

movimento mais social até um movimento bastante politizado. Nesse contexto, Touraine (2007) argumenta que:

> A época das reformas e da reconstrução havia aberto um grande espaço ao movimento feminista, e em toda parte se esperava um grande espaço ao movimento feminista, e em toda parte se esperava o avanço da igualdade e, ao mesmo tempo, a libertação do corpo. Em seguida, projetos de mudança social na época concebidos como libertadores foram um após o outro sendo condenados pelo sistema econômico mundializado, que não podia mais orientar as instituições e as forças políticas e sociais. (p. 22).

Essas transformações também foram apontadas por outros autores. Alves e Pitanguy (1985) ressaltam que o feminismo buscou, em sua prática, superar as formas organizacionais permeadas pela assimetria e autoritarismo. Nesse sentido, o movimento incorporou outras frentes de luta e adquiriu

> […] características de uma prática de ação política organizada. Reivindicando seus direitos de cidadania frente aos obstáculos que os contrariam, o movimento feminista, na França, assume um discurso próprio, que afirma a especificidade da luta da mulher. (p. 32).

Alain Touraine (2007) apontou a existência de não apenas um tipo de feminismo. De acordo com o teórico o surgimento de um feminismo crítico para além do social buscou combater a imagem das mulheres impostas pelos homens. Nesse sentido,

> [...] forma-se um movimento feminista que primeiramente atribui-se objetivos políticos, em particular na Grã-Bretanha, terra privilegiada de quase todos os movimentos sociais, inclusive aquela longa luta pela abolição da escravatura. Este movimento luta ao mesmo tempo a favor dos interesses das mulheres no trabalho, a favor de seu acesso ao direito do voto do direito de controle de seu próprio corpo (TOURAINE, 2007, p. 112-113).

Apesar de o feminismo incorporar ao longo da sua história, várias vertentes e se configurar como um movimento de resistência às condições impostas às mulheres, não se pode, no entanto, dissociar dos primeiros passos que culminaram no movimento como um todo. Deve-se ressaltar que, em diversos momentos, as feministas receberam críticas já que, enquanto se preocupavam com o direito ao voto e outras questões, o próprio movimento negava a existência das mulheres negras, afetadas pela raça.

Rigorosamente, não existe apenas um feminismo, pois há diferenças nas pautas levantadas. As sufragistas lutaram pelo direito ao voto, as feministas da segunda onda lutavam pela libertação das mulheres de um papel subordinado e inferiorizado na esfera doméstica. Já a terceira onda, como pontuamos, buscou enxergar a mulher por uma óptica das suas peculiaridades e subjetividades.

Foram essas manifestações que motivaram a escolha de uma data para comemorar o Dia da Mulher. A escolha dessa data tem suas raízes indiscutivelmente no movimento das mulheres por igualdade de direitos. Nalu Ferreira (2010) destaca que "foram as manifestações das mulheres na Rússia, no dia 8 de março de 1917, que motivaram a escolha do dia 8 de março como a data comum para a comemoração do Dia Internacional das mulheres" (p. 13). É nesse contexto que Álvarez González (2010) desconstrói o mito que vincula a data ao incêndio da fábrica Cotton nos Estados Unidos, episódio determinante para transformar a data em um dia para homenagear as mulheres. Esses dois eventos são pontos interessantes para compreendermos como, ao longo dos anos, jornais e revistas veicularam a data em suas narrativas.

Álvarez González (2010) explica que o interesse por parte das socialistas americanas por uma data como essa demonstrava que a luta de classe e de sexo não era tão fácil de diferenciar e separar. O interesse era, portanto, duplo.

> Por um lado, com ela pretendia-se despertar a consciência de classe das operárias, fazê-las refletir sobre sua situação na sociedade e as causas da escravidão econômica a que estavam submetidas. Por outro, aumentar seu interesse pelo Partido Socialista Americano, que se vangloriava de ser o único que defendia e lutava pela igualdade econômica e social de homens e mulheres. (p. 107).

As características e acontecimentos, em um contexto de profundas transformações sociais, políticas e econômicas, devem ser levadas em consideração ao determinar quais fatos foram relevantes para constituição do oito de março, como o Dia Internacional da Mulher. Nesse sentido, Álvarez González (2010) explica que a origem do oito de março não se apoia em um contexto isolado e "para estabelecer o nascimento exato do Dia Internacional da Mulher devemos voltar ao movimento internacional de mulheres socialistas e a sua Segunda Conferência" (p. 114), iniciativas públicas para discutir a situação da mulher na sociedade e reivindicar o direito ao sufrágio feminino. Nesse contexto, a autora ainda explica que,

> Primeiro, o Dia Internacional da Mulher tem suas origens, indiscutivelmente, no movimento internacional de mulheres socialistas do final do século 19 e início do século 20. E tinha como finalidade específica promover a luta pelo direito ao voto da mulher, sem nenhum tipo de restrição baseada no nível de riqueza, de propriedades ou de educação. Segundo, e ao contrário da versão aceita pela maioria das autoras e autores que tratam deste tema, na proposição aprovada não é citado nenhum acontecimento em destaque ou relevante para a história das mulheres que seria comemorado com a celebração desse dia dedicado a elas. Da mesma forma, também não foi definida uma data precisa para que ela fosse organizada. (ÁLVAREZ GONZÁLEZ, 2010, p. 115).

Nesse âmbito, a elaboração de uma data como essa foi necessária para que as premissas feministas de emancipação das mulheres e outros temas fossem partilhados com o objetivo de

reforçar os laços identitários entre as mulheres e despertar nelas uma consciência acerca da violência e exclusão ao qual estavam historicamente submetidas.

4.1 DISCURSO, GÊNERO E SUBJETIVAÇÃO NO 8 DE MARÇO

Ao considerarmos o jornalismo como um dispositivo a partir do conceito proposto por Michel Foucault, é preciso entender que as matérias e reportagens sobre o oito de março são vistas aqui como materialidade discursiva tematizadas por meio de regras de formação. Esse olhar para as formações discursivas da cobertura do oito de março permitirá, em primeira instância, discutir como os jornais e revistas abordam questões relacionadas à sexualidade e gênero e quais modos de se entender a data foram estabelecidos ao longo da cobertura, de 2017 a 2020, nos veículos midiáticos mencionados no capítulo da metodologia desta pesquisa.

A noção de discurso em Michel Foucault se modifica ao longo de sua obra e durante as fases de seu pensamento algumas definições nos são apresentadas. Na fase arqueológica, o autor situa o discurso como um conjunto de enunciados apoiados em uma formação discursiva que obedecem às regras de formação.

Roberto Machado (2007) explica que, na fase arqueológica, Foucault procurou estudar os discursos reais, "existentes como materialidade". O discurso é entendido então como "[...] conjunto de regras dado como sistema de relações. Essas relações constituem o discurso em seu volume próprio, em sua espessura, isto é, caracterizam-no como prática" (MACHADO, 2007, p. 110) e devem ser analisados no nível do enunciado.

Na fase denominada genealógica do pensamento foucaultiano, o discurso é compreendido por meio das relações com o poder. Foi a partir da fase genealógica, com as relações de poder, que Michel Foucault passou a investigar os discursos relacionados à sexualidade e como a medicina ocidental categorizou ao longo da história a heterossexualidade como um padrão de normalidade. Nessa fase do pensamento de Michel Foucault, o discurso é concebido como

> [...] uma série de segmentos descontínuos, cuja função tática não é uniforme nem estável. Mais precisamente, não se deve imaginar um mundo do discurso dividido entre o discurso admitido e o discurso excluído, ou entre o discurso dominante e o dominado; mas, ao contrário, como uma multiplicidade de elementos discursivos que podem entrar em estratégias diferentes (FOUCAULT, 1988, p. 111).

Essa divisão do pensamento foucaultiano para o entendimento acerca dos discursos funciona como um artifício didático para que possamos compreender com mais facilidade as

mudanças no pensamento de Michel Foucault ao longo das suas obras. E, apesar de não se dedicar em seus estudos às questões relacionadas ao gênero, o autor nos oferece proposições interessantes para compreender por meio de um método analítico sobre a sexualidade.

Teresa Lauretis (1994) sugere que possamos pensar o gênero a partir de uma visão foucaultiana:

> Que vê a sexualidade como uma tecnologia sexual; desta forma, propor-se-ia que também o gênero, como representação e como auto-representação, é produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana. (p. 208).

A partir dessa concepção, por meio das vias indicadas por Michel Foucault, poderíamos pensar como historicamente as mulheres tiveram suas vidas reguladas por estratégias de controle e resistência.

Ao estudar a "histerização do corpo da mulher", Foucault (1988) identificou técnicas pela qual o corpo feminino foi submetido, por meio daquilo que ele chamou de "domínio", um:

> Tríplice processo pelo qual o corpo da mulher foi analisado — qualificado e desqualificado — como corpo integralmente saturado de sexualidade; pelo qual, este corpo foi integrado, sob o efeito de uma patologia que lhe seria intrínseca, ao campo das práticas médicas; pelo qual, enfim, foi posto em comunicação orgânica com o corpo social (cuja fecundidade regulada deve assegurar), com o espaço familiar (do qual deve ser elemento substancial e funcional) e com a vida das crianças (que produz e deve garantir, através de uma responsabilidade biológico-moral que dura todo o período da educação): A mãe, com sua imagem em negativo que é a "mulher nervosa", constitui a forma mais visível desta histerização. (FOUCAULT, 1988, p. 115).

Essa histerização do corpo feminino, apontada por Foucault (1988), foi constantemente objeto dos estudos feministas, que visam à desconstrução dos discursos acerca da sexualidade e gênero. Lauretis (1994) explica que o primeiro volume de "História da sexualidade" de Foucault (1988) tornou-se influente nesses estudos sobre gênero, "especialmente por sua audaciosa tese de que a sexualidade, normalmente considerada como questão natural, particular e íntima, é de fato totalmente construída na cultura de acordo com os objetivos políticos da classe dominante" (p. 220). Portanto, essa construção do gênero está intimamente relacionada a fatores sociais, políticos e econômicos.

Joan Scott (1995) argumenta que as feministas começaram a utilizar o termo gênero, "como uma maneira de se referir à organização social da relação entre os sexos" e para buscar um significado é preciso lidar com o sujeito individual e com as organizações sociais. A autora explica que o gênero pode ser dividido por meio de duas proposições: "[...] gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e

2° O gênero é uma forma primária de dar significados às relações de poder" (SCOTT, 1995, p. 17). Essa definição apontada pela autora é influenciada pelo pensamento de Foucault, no qual existe uma relação entre os poderes dominantes e técnicas de sujeições, por meio do qual, o gênero foi historicamente moldado.

Foucault (2016) explica que é contra essas formas de sujeição e submissão da subjetividade que o indivíduo deve lutar, pois "é nessa relação subjetividade-verdade que se marca o efeito dos regimes de veridicção sobre os comportamentos sexuais" (p. 214). O filósofo ainda explica que a subjetividade é entendida "como o conjunto de processos de subjetivação aos quais os indivíduos foram submetidos ou aplicaram com relação a si mesmos" (p. 255). Em *O sujeito e o poder*, Foucault (2009) nos explica que o que interessa em sua investigação não é o poder e sim o sujeito.

Por meio desses processos de subjetivação, a representação feminina é construída no discurso da mídia a partir da atribuição social dos papéis. Rosa Maria Fischer (2002), ao se debruçar sobre os modos de subjetividade em que opera a mídia, explica que "são sempre históricos e que, portanto, devem ser vistos em sua ampla diversidade, nos modos de existência que produzem, conforme a época e o tipo de formação social estejam sendo consideradas" (p. 154). A autora explica que para entender melhor esse processo de subjetivação na mídia implica pensar em uma produção, veiculação e recepção de produtos que estão relacionados ao poder.

O jornalismo opera por meio de narrativas e com os critérios de hierarquização dos fatos, constrói, reforça e/ou multiplica um conjunto de saberes. Ao pensarmos em um jornalismo que opera modos de subjetividade, está se falando sobretudo em como os jornais e revistas reverberam discursos que contribuem para a construção de verdades sobre as mulheres em uma cobertura que concebe novos regimes de visibilidade na sociedade, em que as coisas ditas e não ditas, como aponta Fischer (1997), têm um papel importante na constituição desses sujeitos.

5 RECORRÊNCIAS ENUNCIATIVAS DO OITO DE MARÇO NA IMPRENSA

Neste capítulo, analisamos quais modos de se entender o Dia Internacional da Mulher foram estabelecidos pela cobertura on-line de jornais e revistas, no período de 2017 a 2020. Para tal, foi realizada a delimitação do corpus de análise, com a escolha das matérias que estão mais alinhadas e menos alinhadas a pauta do movimento feminista e aos estudos de gênero. Foram analisadas matérias publicadas nos seguintes veículos midiáticos: *Veja, Época, Isto É, Carta capital, Exame, Marie Claire, Claudia, Uol, G1.com, R7.com, El País, Folha, O Globo e Estadão*. Como informado na introdução, a escolha desses veículos justifica-se pela métrica dos sites de jornais e revistas mais visualizados no Brasil em termos de audiência, bem como, os veículos que mais investiram em publicações sobre o oito de março durante o período de análise.

Com uma vasta cobertura dedicada ao Dia Internacional da Mulher, foram coletadas 924 matérias com a temática, publicadas entre os dias 04 a 08 de março, semana que se comemora o dia da mulher, com o recorte de 2017 a 2020. Para esta análise, teremos como base o método arqueológico proposto por Michel Foucault (2017). A partir deste método, foi possível compreender os processos de subjetivação sobre o data a partir das recorrências enunciativas encontradas nas reportagens. Para o autor, ao se analisar o campo enunciativo, deve-se levar em consideração os fenômenos de recorrência uma vez que "todo enunciado compreende um campo de elementos antecedentes em relação aos quais se situa, mas que tem o poder de reorganizar e de redistribuir segundo relações nova" (FOUCAULT, 2017, p.141).

Nesse sentido, após a identificação das temáticas abordadas nas reportagens, foram identificadas as principais recorrências enunciativas de forma quantitativa e qualitativa. Na análise quantitativa, o esforço foi em investigar quantas vezes determinadas características foram perceptíveis. A qualitativa se comprometeu em observar os tipos de características existentes.

Assim, primeiro foi realizada uma pré-análise, que possibilitou, a partir de uma leitura flutuante, identificar os principais destaques. Em seguida, foi realizada uma exploração do material, definindo quais categorias existiam.

A análise possibilitou a compreensão dos temas que eram mais abordados nas reportagens. São eles: 1) Violência contra a Mulher (essa categoria abarca enunciados que englobam dados, leis sobre os tipos de violência contra as mulheres, não apenas a violência física, mas também a tortura psicológica, assédio, envolve o questionamento à vítima e ofensa contra dignidade da mulher); 2) Mercado de Trabalho (essa categoria engloba temas como

reividicação salarial, divisão sexual do trabalho, dupla jornada, e mulheres que passaram ocupar posições que eram consideradas hegemonicamente masculinas); 3) Vinculação da Mulher ao Lar (engloba os mitos sociais que outorga à mulher apenas os trabalhos domésticos, o cuidado com a família reduzindo-a à meros "anjos do lar" na definição de Virginia Woolf); 4) Publicização da Data (entende-se os acontecimentos que reduzem o oito de março a um dia de flores, celebração e homenagens ou a uma perpectiva mercadológica de vendas de produtos, que dessa forma, negligenciam toda a construção política da data); 5) Estereótipos de Gênero (enfoca a construção de opiniões sobre atributos ou características que as mulheres possuem ou deveriam possuir, o que gera comparações com os homens, além do machismo, opressão, sexismo, a mulher representada como um objeto); 6) Militância Feminina (engloba as pautas de reivindicação das mulheres, a luta pelos direitos sociais e políticos e pelo fim da cultura do estupro, racismo, desigualdade salarial, a luta pela criminalização do aborto seguro e por políticas públicas e específicas no enfrentamento da violência de gênero); 7) Empoderamento Feminino (engloba discursos que visam potencializar um feminismo que contemple a aceitação de mulheres negras, periféricas, gordas, LBTQIA+, questiona os padrões e tem representatividade).

Ao longo da análise, verificamos que algumas matérias abordaram mais de um enunciado e, portanto, foram contabilizadas em mais de uma recorrência enunciativa. Como cada veículo possui uma linha editorial, de modo a hierarquizar os acontecimentos ou temas públicos mais importantes, em que se dispõem de uma ordem do dia, algumas reportagens sobre o Dia das Mulheres foram publicadas após o dia oito e foram analisadas. Com base na coleta das reportagens, foi possível criar uma tabela (Tabela 1) para auxiliar-nos no tratamento dos dados, onde estão dispostas as seguintes informações: Nome do veículo analisado, ano de coleta das informações, categorias analisadas e quantidade de matéria por ano, veículo e categoria.

Tabela 1 – Representação gráfica dos dados coletados

VEÍCULOS	ANOS	CATEGORIAS						
		Violência contra a mulher	Mercado de Trabalho	Vinculação da mulher ao lar	Publicização da data	Estereótipos de gênero	Militância feminina	Empoderamento feminino
Veja	2017	4	7	3	7	1	5	4
	2018	6	3	1	5	2	6	1
	2019	3	1	1	3	2	4	3
	2020	-	1	-	-	1	2	1
	TOTAL	**13**	**12**	**5**	**15**	**6**	**17**	**9**
Época	2017	-	2	3	-	2	2	4
	2018	-	-	-	1	1	-	-
	2019	-	-	-	3	-	1	1
	2020	1	-	-	-	-	-	-
	TOTAL	**1**	**2**	**3**	**4**	**3**	**3**	**5**
Isto é	2017	1	3	3	5	-	4	-
	2018	3	-	-	3	-	6	2
	2019	-	2	-	-	-	-	1
	2020	1	1	1	-	1	1	2
	TOTAL	**5**	**6**	**4**	**8**	**1**	**11**	**5**
Carta Capital	2017	1	3	2	-	2	9	2
	2018	2	1	-	-	-	-	-
	2019	6	1	-	6	4	13	7
	2020	4	4	-	-	3	13	3
	TOTAL	**13**	**9**	**2**	**6**	**9**	**35**	**12**
Exame	2017	2	4	4	4	1	6	1
	2018	10	13	2	9	1	12	7
	2019	9	8	1	9	2	3	2
	2020	-	6	-	7	1	-	2
	TOTAL	**21**	**31**	**7**	**29**	**5**	**21**	**12**
Marie Claire	2017	-	-	-	1	-	2	1
	2018	2	-	-	4	1	4	-
	2019	1	-	-	2	-	4	4
	2020	8	1	-	5	1	-	4
	TOTAL	**11**	**1**	**0**	**12**	**2**	**10**	**9**
Claudia	2017	-	1	-	8	1	6	8
	2018	2	4	1	5	1	5	6
	2019	2	1	-	13	1	2	7
	2020	4	-	-	5	-	-	5
	TOTAL	**8**	**6**	**1**	**31**	**3**	**13**	**26**
Uol	2017	-	1	1	2	-	2	1
	2018	1	1	-	1	-	5	1
	2019	12	5	-	6	2	16	4
	2020	3	2	-	2	4	10	2
	TOTAL	**16**	**9**	**1**	**11**	**6**	**33**	**8**
G1	2017	3	2	1	3	1	9	3
	2018	2	2	-	2	-	-	-
	2019	11	4	-	3	-	7	1
	2020	9	2	-	2	-	7	2
	TOTAL	**25**	**10**	**1**	**10**	**1**	**23**	**6**
R7	2017	4	7	2	10	1	10	12
	2018	2	3	-	4	1	3	-
	2019	4	2	-	1	-	2	1
	2020	5	6	-	2	-	1	5
	TOTAL	**15**	**18**	**2**	**17**	**2**	**16**	**18**
El Pais	2017	3	6	1	3	2	7	1
	2018	3	3	1	4	1	17	3
	2019	1	4	1	2	1	7	2
	2020	1	1	-	-	-	1	-
	TOTAL	**8**	**14**	**3**	**9**	**4**	**32**	**6**
Folha	2017	5	3	4	8	2	15	4
	2018	-	-	-	2	-	1	1
	2019	7	7	-	7	-	6	5
	2020	3	9	-	1	1	10	-
	TOTAL	**15**	**19**	**4**	**18**	**3**	**32**	**10**
O Globo	2017	-	-	2	1	-	2	-
	2018	-	-	-	1	-	4	-
	2019	1	-	-	-	-	6	-
	2020	-	7	-	-	2	5	6
	TOTAL	**1**	**7**	**2**	**2**	**2**	**17**	**6**
Estadão	2017	5	5	5	2	2	11	5
	2018	13	4	-	5	-	5	2
	2019	3	6	-	14	2	5	4
	2020	-	8	-	7	2	3	1
	TOTAL	**21**	**15**	**5**	**21**	**4**	**21**	**11**

Fonte: Elaborada pela autora (2022)

A partir das informações organizadas na tabela, os dados foram dispostos em gráficos para ilustrar as conclusões alcançadas e assim tornar mais fácil a interpretação das informações obtidas. Cada gráfico apresenta o percentual de matérias nos quatorzes veículos analisados e em cada uma das recorrências enunciativas verificadas na cobertura do oito de março, no

período de 2017 a 2020. O primeiro gráfico (Figura 1) apresenta a soma de todas as reportagens coletadas no período de análise, em cada uma das categorias estabelecidas. Os outros gráficos (Figuras 2 a 8) correspondem a quantidade de matérias coletadas em cada veículo, nos quatro anos de análise.

Figura 1 – Representação gráfica dos dados coletados com todas recorrências enunciativas

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

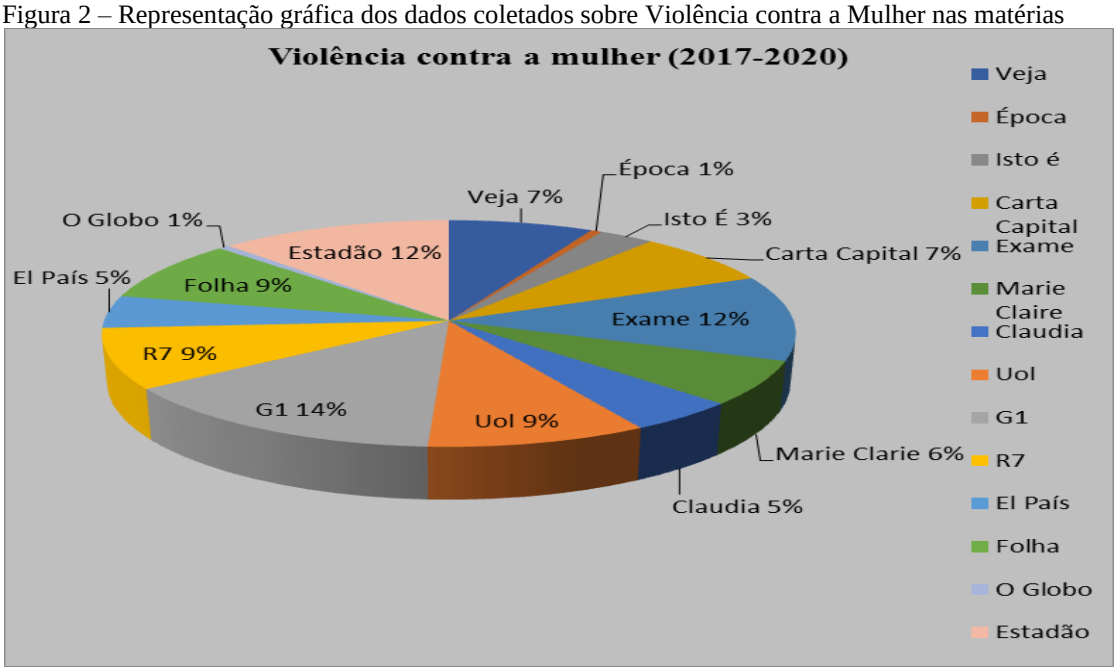
A partir dessas representações gráficas, é possível identificar que, em 2017, a revista *Veja* publicou 26 matérias. Em 2018, foram 22 matérias. Em 2019, 13 matérias e, em 2020, foram publicadas 5 matérias. No total, foram publicadas 66 matérias pela revista Veja no período analisado. A revista *Época*, em 2017, publicou 12 matérias. Em 2018, 1. Em 2019, foram 3 matérias e, em 2020, 2 matérias. No total, a *Época* publicou 18 matérias nos quatro anos analisados. A revista *Isto É*, publicou, em 2017, 14 matérias. Em 2018, 12 matérias. Em 2019, 2 matérias e, em 2020, 6 matérias, um total de 34 matérias no período analisado.

A revista *Carta Capital* publicou, em 2017, 18 matérias. Em 2018, foram 3 matérias. Em 2019, 30 matérias e, em 2020, foram 20 matérias. No total, a revista publicou 71 matérias no período analisado. O *Uol*, em 2017, publicou 4 matérias. Em 2018, foram 8 matérias. Em 2019, 37 matérias, e, em 2020, 26 matérias. O portal publicou 75 matérias sobre o Dia das mulheres. O *G1.com*, portal de notícias do grupo Globo, publicou 19 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 25 matérias em 2019 e 16 matérias em 2020, um total de 65 matérias no período analisado. O *R7.com*, portal de notícias do grupo Record, publicou 43 matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 11 matérias em 2019 e 20 matérias em 2020. O portal publicou 78

matérias no período analisado. O *ElPaís* publicou 18 matérias em 2017, 16 matérias em 2018, 15 matérias em 2019 e, em 2020, 4 matérias. O jornal publicou 53 matérias no período analisado. *Folha*, o maior jornal de circulação do Brasil, publicou, em 2017, 37 matérias. Em 2018, 3 matérias. Em 2019 foram, 38 matérias e, em 2020, 21 matérias. O jornal publicou 100 matérias no período analisado.

O *Globo*, segundo maior jornal de circulação do país, publicou, em 2017, 4 matérias. Em 2018, foram 5. Em 2019, 6 matérias e, em 2020, 16 matérias. O jornal publicou 31 matérias no período analisado. O *Estadão* publicou, em 2017, 27 matérias. Em 2018, foram 27 matérias. Em 2019, 30 matérias e, em 2020, foram 18 matérias. O jornal publicou 102 matérias no período de análise. *A Marie Claire*, revista feminina, publicou, em 2017, 3 matérias sobre o Dia da Mulher. Em 2018, foram 8 matérias. Em 2019, 8 matérias. Em 2020, foram 18 matérias. A revista publicou 37 matérias no período analisado. A revista *Claudia*, comercializada pela editora Abril e destinada ao público feminino, publicou, em 2017, 21 matérias. Em 2018, 22 matérias. Em 2019, 22 matérias. Em 2020, abordou o tema em 13 matérias. A revista publicou 78 matérias no período analisado.

Figura 2 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Violência contra a Mulher nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

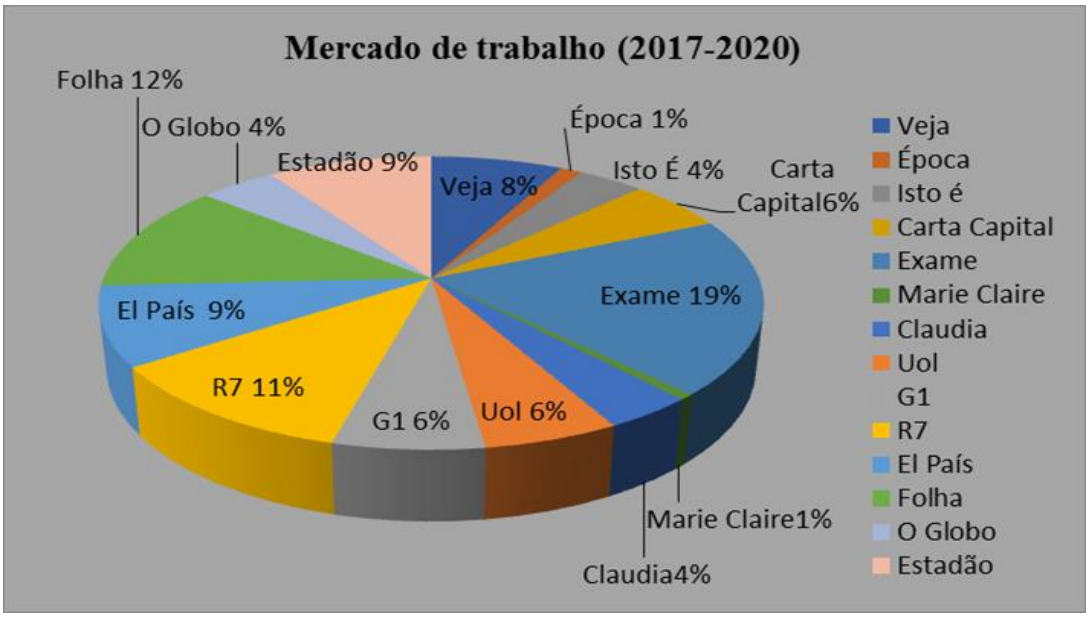
A partir dessas informações verificamos que em 2017, a revista *Veja* publicou sobre "violência contra a mulher", 6 matérias em 2018, 3 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. A revista *Veja* publicou 10 matérias com essa temática durante o período analisado. A revista *Época*, entre 2017 a 2020 publicou 1 matéria com a temática "violência contra a mulher". Em

2020, um especial sobre as crianças orfãs do feminicídio, nenhuma em 2017, 2018 e 2019. Nessa categoria, a revista *IstoÉ* publicou em 2017, 1 matéria. Em 2018, foram 3 matérias. Em 2019, 1 matéria e, em 2020, nenhuma. No período analisado, a revista publicou 5 matérias com essa temática. A *Carta Capital*, no ano de 2017 publicou 1 matéria sobre "violência contra a mulher". Em 2018, 2 matérias. Em 2019, 6 matérias e, em 2020, 4 matérias. Durante o período analisado a revista Carta Capital publicou 13 matérias com essa temática. A revista *Exame,* em 2017 publicou 2 matérias sobre "violência contra a mulher", 10 matérias em 2018, 9 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. No período analisado, a *Exame* publicou 21 matérias com esse conteúdo. O portal *UOL*, na categoria "violência contra a mulher", publicou 16 matérias durante o período analisado. Foi 1 matéria em 2018, 12 matérias em 2019, 3 matérias em 2020 e nenhuma em 2017. A revista *Marie Claire* publicou 11 matérias sobre "violência contra a mulher" no período analisado. Foram 2 matérias em 2018, 1 matéria em 2019, 8 matérias em 2020 e nenhuma em 2017.

A revista *Claudia*, na categoria "violência contra a mulher" publicou 8 matérias no período analisado. Foram 2 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e 4 matérias em 2020, nenhuma em 2017. O portal *G1.com*, na categoria "violência contra a mulher" publicou 3 matérias em 2017, 2 matérias em 2018, 11 matérias em 2019 e 9 matérias em 2020. Nessa categoria o portal publicou 25 matérias durante o período analisado. O portal *R7.com* publicou em 2017, 4 matérias sobre "violência contra a mulher", 2 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e 5 matérias em 2020. Durante o período analisado o *R7.com* publicou 15 matérias sobre "violência contra a mulher".

Ainda sobre "violência contra a mulher", verificamos que o *El País* publicou 3 matérias em 2017, 3 matérias em 2018, 1 matéria em 2019 e 1 matéria em 2020. Nessa categoria, foram publicadas pelo *El País* 8 matérias no período analisado. O jornal *Folha de São Paulo,* com o tema "violência contra a mulher", publicou 5 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 7 matérias em 2019 e 3 matérias em 2020. No período analisado, o jornal publicou 15 matérias com esse tema. O jornal *O Globo*, na categoria "violência contra a mulher", publicou 1 matéria em em 2020, nenhuma em 2017, 2018 e 2019. O jornal *Estado de São Paulo*, também conhecido como *Estadão*, na categoria "violência contra a mulher", publicou 5 matérias em 2017, 13 matérias em 2018, 3 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. Nessa categoria, o estadão publicou 21 matérias no período analisado.

Figura 3 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Mercado de Trabalho nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Sobre "Mercado de Trabalho", a *Veja* publicou 7 matérias em 2017, 3 matérias em 2018, 1 matéria em 2019 e, em 2020, 1 matéria. Foram publicadas pela revista Veja com essa temática 12 matérias no período analisado. Na categoria "Mercado de Trabalho", no período analisado a *Época* publicou apenas 2 matérias em 2017. A *IstoÉ* publicou com esse tema, 3 matérias em 2017. Em 2018, nenhuma. Em 2019, foram publicadas 2 matérias e 1 em 2020. Durante o período analisado, a revista *IstoÉ* publicou 6 matérias sobre "Mercado de Trabalho". A *Carta Capital*, com o tema "Mercado de Trabalho", publicou em 2017, 3 matérias. Em 2018, 1 matéria. Em 2019, 1 matéria e, em 2020, 4 matérias. Durante o período analisado, a *Carta Capital* publicou 9 matérias com a temática "Mercado de Trabalho".

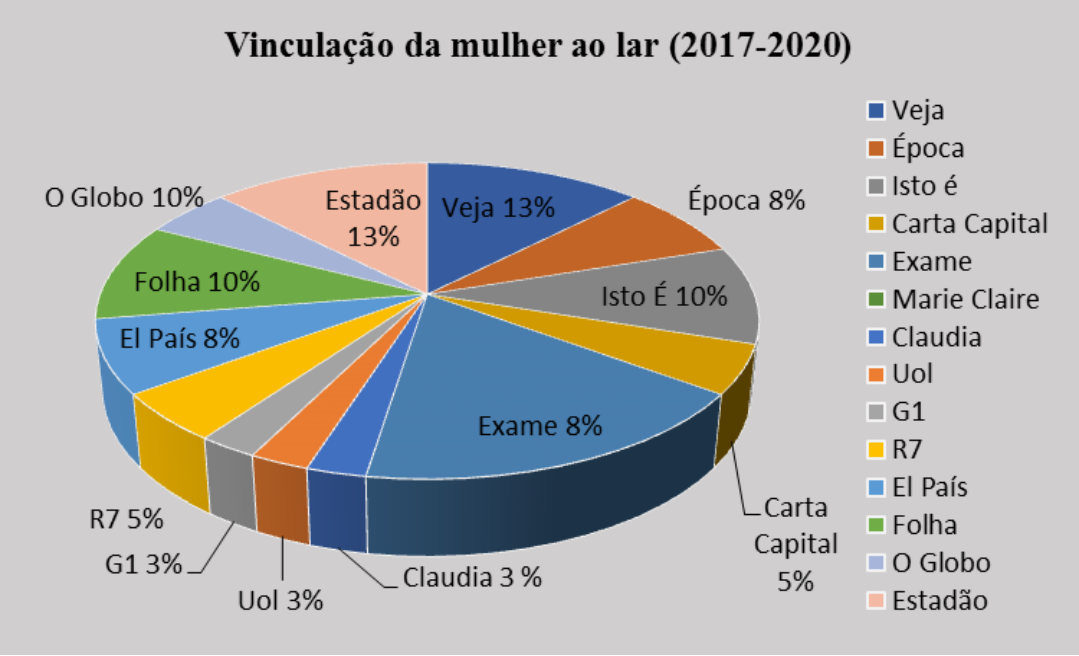
Com a temática "Mercado de Trabalho", foram publicadas pela *Exame*, 6 matérias no período analisado. Sendo 3 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 2 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. Na categoria "Mercado de Trabalho" verificamos que o *UOL*, publicou 9 matérias. Sendo 1 matéria em 2017, 1 matéria em 2018, 5 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. Na categoria "Mercado de Trabalho", a *Marie Claire* publicou 10 matérias, sendo 2 em 2017, 2 em 2018, 4 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. Com o tema "Mercado de Trabalho", a revista *Claudia* publicou 6 matérias, sendo 1 matéria em 2017, 4 matérias em 2018, 1 matéria em 2019 e nenhuma em 2020.

Na categoria "Mercado de Trabalho", verificamos que o *G1.com* publicou 10 matérias no período analisado, sendo 2 matérias em 2017, 2 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. Nessa categoria o portal *R7.com* publicou 7 matérias em 2017, 3 matérias

em 2018, 2 matérias em 2019 e 6 matérias em 2020. No período analisado, o *R7.com* publicou 18 matérias sobre "Mercado de Trabalho". O *El País* com o tema "Mercado de Trabalho" publicou 14 matérias no período analisado. Foram 6 matérias em 2017, 3 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e 1 matéria em 2020.

Nessa categoria, foram publicadas pela *Folha de São Paulo* 19 matérias durante o período analisado. Foram 3 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 7 matérias em 2019 e 9 matérias em 2020. Com esse tema foram publicadas pelo *Estadão*, 5 matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 6 matérias em 2019 e 8 matérias em 2020. Com essa recorrência foram publicadas pelo *Estadão* 23 matérias, no período analisado.

Figura 4 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Vinculação da Mulher ao Lar nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

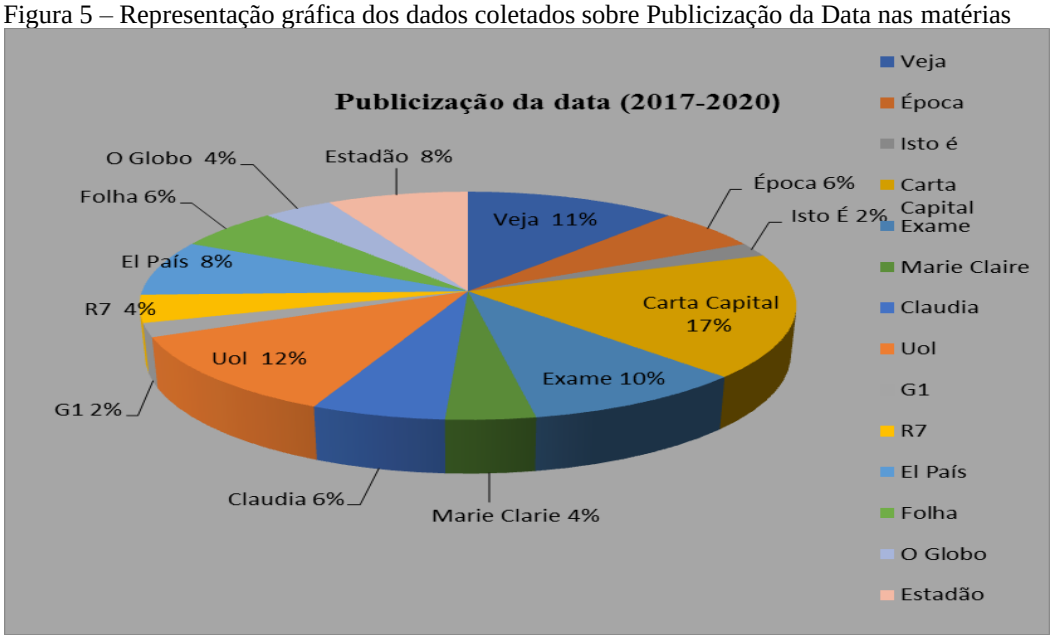
Com o enunciado "Vinculação da Mulher ao Lar", verificamos que a *Veja* publicou 3 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, 1 matéria em 2019 e nenhuma em 2020. Nessa recorrência a *Veja* publicou 5 matérias no período analisado. A *Época* com a temaática "Vinculação da Mulher ao Lar", publicou 3 matérias em 2017. Nenhuma em 2018, 2019 e 2020. Na categoria "Vinculação da Mulher ao Lar", a revista *IstoÉ* publicou 3 matérias em 2017, nenhuma em 2018 e 2019 e, em 2020 publicou com esse tema 1 matéria. Durate o período analisado a revista *IstoÉ* publicou 4 matérias com esse tema. A *Carta Capital* abordou em sua cobertura da data, o tema "Vinculação da Mulher ao Lar" em 2 matérias em 2017. Nenhuma em 2018, 2019 e 2020. A revista *Exame* com esse tema, publicou 4 matérias, sendo 3 em 2017,

nenhuma em 2018 e 2019 e 1 matéria em 2020. Verificamos que o portal *UOL* publicou com esse enunciaod 1 matéria em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020. Essa categoria foi a menos tematizada na cobertura do oito de março pela revista *Marie Claire*, verificamos que a revista abordou o tema em 1 matéria em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020.

Com a temática "Vinculação da Mulher ao Lar", foi publicada pela *Claudia* 1 matéria em 2018, nenhuma em 2017, 2019 e 2020. Nessa categoria verificamos, que o portal *G1.com* abordou em 1 matéria em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020. Com o tema "Vinculação da Mulher ao Lar", o portal *R7.com* publicou 2 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020. Verificamos que nessa categoria o *El País* publicou 1 matéria em 2017, 1 matéria em 2018, 1 matéria em 2019 e nenhuma em 2020. Na categoria "Vinculação da Mulher ao Lar" verificamos que a *Folha de São Paulo* publicou 4 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020.

Com essa recorrência enunciativa, verificamos que *O Globo* publicou em sua cobertura da data, 2 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020. Verificamos que o *Estadão* publicou com o assunto "Vinculação da Mulher ao Lar", 5 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 2019 e 2020.

Figura 5 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Publicização da Data nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Na categoria "Publicização da data" a *Veja* publicou 7 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 3 matérias em 2019 e nenhuma matéria em 2020. A *Veja* publicou 15 matérias referentes à "Publicização da Data" no período analisado. Constatamos que na categoria "Publicização da data", a revista *Época* publicou 1 matéria em 2018, 3 matérias em 2019, nenhuma em 2017 e 2020. Com a temática a revista *IstoÉ* publicou em 2017, 5 matérias. Em 2018, 3 matérias,

nenhuma em 2019 e 2020. A *Carta Capital* nessa recorrência publicou 6 matérias em 2019, nenhuma em 2017, 2018 e 2020.

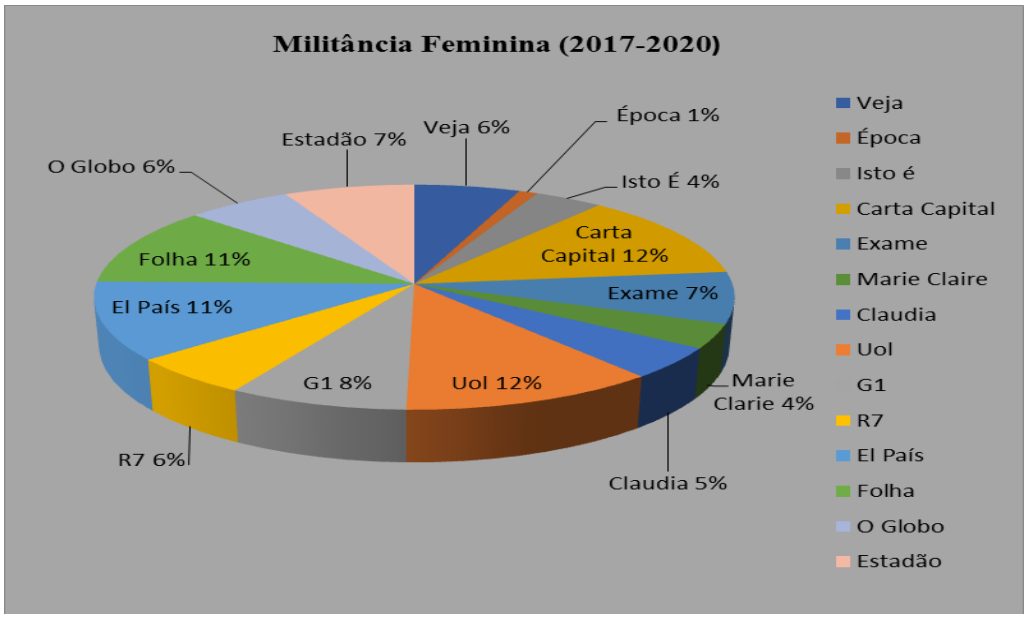
A revista *Exame,* com essa recorrência publicou 8 matérias, sendo 5 matérias em 2017, 3 matérias em 2018, nenhuma em 2019 e 2020. Com o tema "Publicização da Data", verificamos que o *UOL* publicou em 2017, 2 matérias. Em 2018, 1 matéria. Em 2019, foram 6 matérias e em 2020, 2 matérias. Nessa recorrência o portal *UOL* veiculou 11 matérias durante o período analisado.

Sobre "Publicização da Data" a revista *Marie Claire* publicou 12 matérias, sendo 1 matéria em 2017, 4 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e 5 matérias em 2020. A revista *Claudia* com o tema "Publicização da Data" publicou 31 matérias. Foram 8 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 13 matérias em 2019 e 5 matérias em 2020. Na categoria "Publicização da Data", verificamos a publicação de 11 matérias pelo *G1.com*. Sendo 3 matérias em 2017, 2 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020.

Verficamos que com o tema "Publicização da Data", o portal *R7.com* publicou 10n matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 1 matéria em 2019 e 2 matérias em 2020. Durante o período analisado, o *R7.com* publicou 17 matérias com discursos de homenagens, presentes às mulheres. Nessa recorrência, verificamos que o *El País* publicou 9 matérias no período analisado. Foram 3 matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. Com essa temática, foram publicadas pela *Folha de São Paulo* 8 matérias em 2017, 2 matérias em 2018, 7 matérias em 2019 e 1 matéria em 2020.

Nessa recorrência, o jornal *O Globo* publicou 1 matéria em 2017, 1 matéria em 2018, nenhuma em 2019 e 2020. Com o tema "Publicização da Data", o jornal *Estadão* publicou 2 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 14 matérias em 2019 e 7 matérias em 2020.

Figura 6 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Militância Feminina nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Na categoria “Militância feminina” verificamos que a *Veja* publicou 5 matérias em 2017, 6 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. Durante o período analisado a *Veja* publicou 17 matérias com esse tema. Em 2017, com o tema “Militância Feminina” a *Época* publicou 2 matérias. Em 2018, nenhuma. Em 2019 publicou 1 matéria e nenhuma em 2020. Com a temática “Militância Feminina” a *Época* publicou 3 matérias durante o perído analisado. A revista *IstoÉ* com o tema “Militância Feminina” publicou 11 matérias no período analisado. Foram 4 matérias em 2017, 6 matérias em 2018, nenhuma em 2019 e 1 matéria em 2020. A revista *Carta Capital* com o assunto ‘Militância Feminina” publicou 35 matérias no período analisado, sendo 9 matérias em 2017, 13 matérias em 2019, 13 matérias em 2020 e nenhuma matéria em 2018.

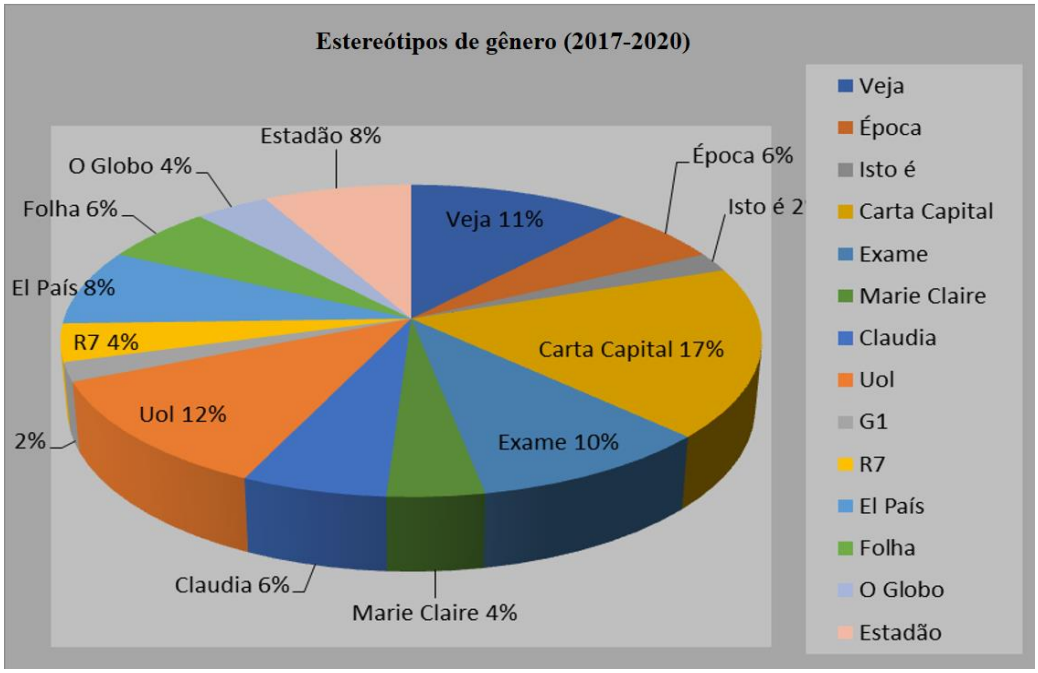
A revista *Exame* nessa recorrência publicou 6 matérias em 2017, 12 matérias em 2018, 3 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. Com esse tema a *Exame* publicou 21 amtérias no período analisado. A categoria “Militância Feminina” foi a mais explorada pelo *UOL*. Foram publicadas com esse tema pelo portal, 2 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 16 matérias em 2019 e 10 matérias em 2020. Durante o período analisado o *UOL* publicou 33 matérias com esse assunto. Sobre “Militância Feminina”, a *Marie Claire* veiculou 2 matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 4 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. Durante o período analisado a *Marie Claire* publicou 10 matérias sobre “Militância Feminina”. Com esse assunto a *Claudia* publicou 13 matérias no período analisado. Foram 6 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e nenhuma em 2020.

O *G1.com* publicou com o tema “Militância feminina” 9 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 7 matérias em 2019 e 7 matérias em 2020. O portal *G1.com* publicou 23 matérias sobre “Militância Feminina”. Nessa recorrência, verificamos que o portal *R7.com* publicou 16 matérias durante o período analisado. Foram 10 matérias em 2017, 3 matérias ém 2018, 2 matérias em 2019 e 1 matéria em 2020. A categoria “Militância Feminina” foi a mais explorada pelo *El País*, foram publicadas 32 matérias com esse tema no período analisado. Sendo 7 matérias em 2017, 17 matérias em 2018, 7 matérias em 2019 e 1 matéria em 2020.

Esse tema também foi o mais explorado na cobertura do oito de março da *Folha de São Paulo*. Foram publicadas pelo jornal 15 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, 6 matérias em 2019 e 10 matérias em 2020. No período analisado, a *Folha de São Paulo* publicou 32 matérias sobre “Militância Feminina”. *O Globo* com o tema “Militância Feminina”, publicou 2 matérias em 2017, 4 matérias em 2018, 6matérias em 2019 e 5 matérias em 2020. No período analisado *O Globo* publicou 17 matérias sobre esse assunto.

A categoria “Militância Feminina” foi a mais explorada na cobertura do oito de março realizada pelo *Estadão*. Foram publicadas pelo jornal com esse tema, 11 matérias em 2017, 5 matérias em 2018, 5 matérias em 2019 e 3 matérias em 2020. Nessa recorrência verificamos que o *Estadão* publicou 24 matérias durante o período analisado.

Figura 7 – Representação gráfica dos dados coletados sobre Estereótipos de Gênero nas matérias



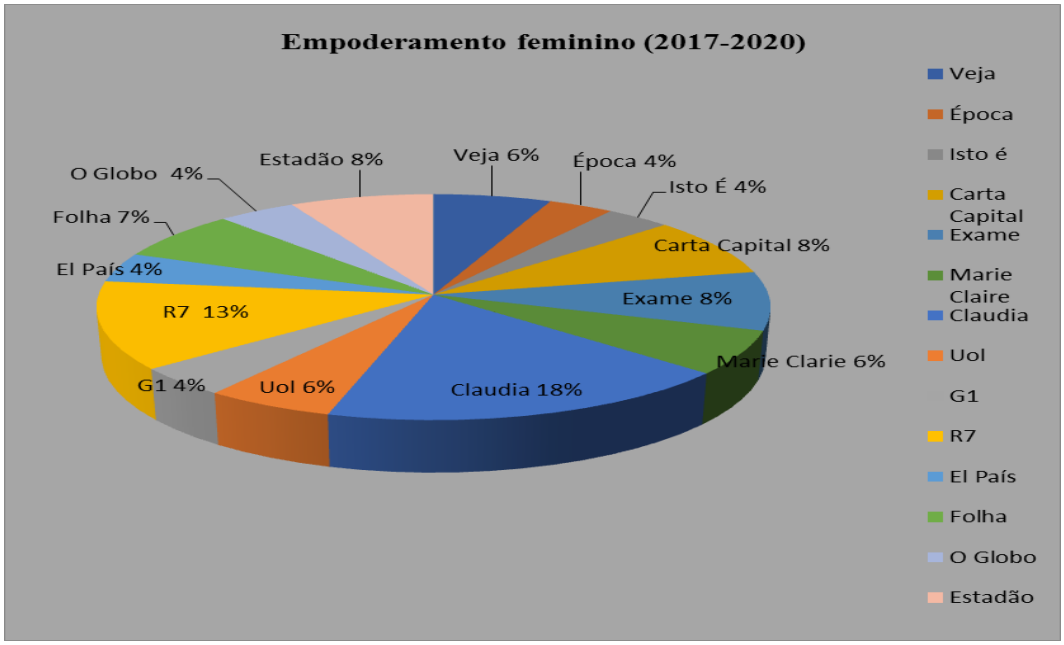
Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Com a recorrência enunciativa “Esteótipos de Gênero” a *Veja* publicou 1 matéria em 2017, 2 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e 2 matérias em 2020. No período analisado a revista *Veja* publicou 7 matérias correspodente a essa recorrência. Verificamos que a revista *Época* publicou com esse tema 2 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, nenhuma em 2019 e 2020. Com essa temática a revista *Época* publicou 3 matérias no período analisado. Com essa recorrência a revista *IstoÉ* veiculou apenas 1 matéria em 2020.

A *Carta Capital* abordou o tema “Estereótipos de Gênero” em 2 matérias em 2017, 4 matérias em 2019, 3 matérias em 2020 e nenhuma em 2018. Nessa recorrência verificamos que a Carta Capital publicou 9 matérias no período analisado. Com essa recorrência a revista *Exame* publicou 1 matéria 2020, nenhuma 2017, 2018 e 2019. Constatamos que com o tema “Estereótipos de Gênero” o portal *Uol* publicou 6 matérias, sendo 2 em 2019, 4 matérias em 2020, nenhuma 2017 e 2018. A revista *Marie Claire*, abordou o tema “Estereótipos de Gênero” em 2 matérias, sendo 1 em 2018 e 1 matéria em 2020.

A revista *Claudia* com o tema “Estereótipos de Gênero”, publicou 3 matérias no período analisado, sendo 1 em 2017, 1 matéria em 2018, 1 matéria em 2019 e nenhuma em 2020.

Figura 8 – Representação gráfica dos dados coletados sobre empoderamento feminino nas matérias



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Com a recorrência “Empoderamento Feminino”, verificamos que a *Veja* publicou 4 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, 3 matérias em 2019 e matéria em 2020. No período analisado, a revista *Veja* publicou 9 matérias sobre “Empoderamento Feminino”. A revista *Época* com esse tema publicou 4 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, nenhuma em 2019 e

2020. No período analisado a *Época* publicou 5 matérias sobre "Empoderamento Feminino". A revista *IstoÉ* publicou com o tema "Empoderamento Feminino" 5 matérias no período analisado, sendo 2 em 2018, 1 em 2019, 2 matérias em 2020 e nenhuma em 2017.

Sobre "Empoderamento Feminino", a *Carta Capital* publicou em 2017, 2 matérias. Em 2019, 7 matérias e, em 2020, 3 matérias. Nenhuma em 2018. No período analisado *a Carta Capital* veiculou 12 matérias com esse assunto. Com a recorrência "Empoderamento Feminino", a revista *Exame* publicou 2 matérias em 2018, 1 matéria em 2019, 2 matérias em 2020 e nenhuma em 2017. Com esse tema, a revista *Exame* publicou 5 matérias no período analisado.

Com a temática "Empoderamento Feminino", *Uol* publicou 1 matéria em 2017, 1 matéria em 2018, 4 amtérias em 2019, 2 matérias em 2020. Nessa recorrência, verificamos que o *Uol* publicou 8 matérias no período analisado. A revista *Marie Claire* publicou com o tema "Empoderamento Feminino", 1 matéria em 2017, nenhuma em 2018, 4 matérias em 2019 e 4 matérias em 2020. Durante o período analisado a *Marie Claire* publicou 10 matérias sobre empoderamento.

Verificamos que com a recorrência "Empoderamento Feminino" a revista *Claudia* publicou 8 matérias em 2017, 6 matérias em 2018, 7 matérias em 2019 e 5 matérias em 2020. Durante o período analisado, a *Claudia* publicou 13 matérias com esse assunto. O portal *G1* com o tema "Empoderamento Feminino" publicou 3 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 1 matéria 2019 e 2 matérias em 2020. No período analisado o *G1.com* publicou 9 matérias com esse assunto. O portal *R7.com* com a recorrência "Empoderamento Feminino" veiculou 12 matérias em 2017, nenhuma em 2018, 1 matéria em 2019 e 5 matérias em 2020. Com esse tema o *R7.com* publicou de 2017 a 2020 18 matérias.

O *El País* com o tema publicou 1 matéria em 2017, 3 matérias em 2018, 2 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. Durante o período analisado, foram publicadas pelo ElPaís 6 matérias sobre "Empoderamento Feminino". Com esse tema, a *Folha de São Paulo* publicou 4 matérias em 2017, 1 matéria em 2018, 5 matérias em 2019 e nenhuma em 2020. No período analisado a *Folha* publicou 10 matérias sobre "Empoderamento Feminino". *O Globo* publicou com essa recorrência enunciativa 6 matérias em 2020, nenhuma em 2017, 2018 e 2019.

Foram publicadas com o tema "Empoderamento Feminino" pelo *Estadão*, 5 matérias em 2017, 2 matérias em 2018, 4 amtérias em 2019 e 1 matéria em 2020. Duarante o período analisado o *Estadão* publicou 12 matérias sobre "Empoderamento Feminino".

Observa-se que, durante o período 2017 a 2020, o assunto mais tematizado nas reportagens da Revista *Veja* foi "Publicização da Data" (matérias sobre homenagens as mulheres, dia de celebração, sugestões de passeios e presentes) com 21 matérias veiculadas e o menos explorado pela revista foi "Estereótipos de Gênero" com 4 matérias no período analisado. Na Revista *Época*, entre os anos de 2017 a 2020, o tema mais recorrente no Dia das Mulheres, foi o "Empoderamento Feminino" com 5 matérias e os assuntos menos tematizados foram "Violência contra Mulher" e "Estereótipos de Gênero", respectivamente com 1 matéria.

"Militância Feminina" e "Vinculação da Mulher ao Lar" foram os assuntos mais tematizados e menos tematizados, respectivamente, com 17 matérias e 5 matérias, na Revista *Isto É* durante o período de análise desta pesquisa. Constatamos que, durante o período analisado, o assunto mais tematizado na *Carta Capital*, foi "Militância feminina" com 35 matérias e o menos tematizado, "Vinculação da Mulher ao Lar" com 2 matérias.

Entre 2017 a 2020, o tema mais recorrente nas publicações do Dia Internacional da Mulher, na Revista *Exame*, foi "Mercado de Trabalho" com 31 matérias e o menos tematizado foi "Estereótipos de Gênero" com 5 matérias. No portal *UOL*, entre os anos de 2017 a 2020, "Militância Feminina" foi o assunto que apareceu com maior recorrência, foram 33 matérias e "Vinculação da Mulher ao Lar" aparece com o tema menos problematizado, com 1 matéria.

Na Revista *Marie Claire*, revista feminina, publicada pela Editora Globo, o tema mais recorrente nas publicações sobre a data foi "Publicização da Data" com 12 matérias e a menos recorrente "Vinculação da Mulher ao Lar", que não teve nenhuma reportagem. Com uma linha editorial que busca não apenas ser um espaço de exposição do feminismo, a postura da revista em não recorrer aos estereótipos ligados à mulher, como o da "rainha do lar", "dona de casa" contribui para outros olhares sobre as mulheres.

A revista *Claudia*, também com um direcionamento para o público feminino, teve, como recorrência em suas publicações relacionadas ao dia das mulheres, 31 matérias com a temática "Publicização da Data". O tema que menos apareceu no período analisado foi "Vinculação da Mulher ao Lar", com 1 matéria. "Violência contra a mulher" foi o tema mais recorrente nas publicações do *G1* com 25 matérias e "Vinculação da Mulher ao Lar" e "Estereótipos de Gênero" foram os menos tematizados com 1 matéria, respectivamente, no período de análise.

No Portal *R7.com*, o assunto que mais apareceu nas reportagens do Dia da Mulher, no período analisado, foi "Mercado de Trabalho" e "Empoderamento Feminino", ambos os assuntos com 18 matérias. O assunto menos tematizado pelo portal foi "Vinculação da Mulher ao Lar" e "Estereótipos de Gênero", cada um com 1 matéria.

O tema “Militância Feminina” foi o mais recorrente nas publicações do jornal *El País*/Brasil, com 32 matérias e o menos tematizado foi “Vinculação da Mulher ao Lar” com 3 matérias. “Militância Feminina” também foi o tema de maior recorrência nas reportagens dedicadas ao Dia da Mulher na *Folha de São Paulo*. Foram 32 matérias com a temática. “Estereótipos de Gênero” foi o tema que menos apareceu durante o período analisado com 3 matérias.

Em *O Globo*, entre os anos de 2017 a 2020, o tema que mais apareceu, nas reportagens do Dia Internacional da Mulher, foi “Militância Feminina” com 17 matérias e o menos abordado foi “Violência contra a Mulher”, “Publicização da Data” e “Estereótipos de Gênero”. Todos tiveram com 2 matérias. No *Estadão*, durante o período de análise, o tema mais recorrente foi “Militância Feminina”, “Violência contra a Mulher” e “Publicização da Data” com 25 matérias cada. O tema menos tematizado foi “Estereótipos de Gênero” com 4 matérias.

Com base nesses dados, verificamos quais temas foram mais recorrentes e quais temas foram menos abordados pelos quatorze veículos de comunicação no período de análise. Para facilitar essa compreensão, os dados foram dispostos em uma tabela (Tabela 2) com as seguintes informações: tema mais recorrente, e a quantidade de matérias publicadas de 2017 a 2020.

Tabela 2 – Representação gráfica dos temas mais e menos recorrentes (2017-2020)

Tema mais recorrente nas publicações (2017-2020)	**Quantidade de matérias no período de 2017 a 2020**
1- Militância feminina	284 matérias
2- Publicização da data	193 matérias
3- Violência contra a mulher	173 matérias
4- Mercado de trabalho	159 matérias
5- Empoderamento feminino	143 matérias
6- Estereótipos de gênero	51 matérias
7- Vinculação da mulher ao lar	40 matérias

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

O tema que mais apareceu em reportagens do Dia da Mulher, nos 14 veículos analisados, durante o período estudado, foi “Militância Feminina” com 284 matérias. O tema com menor recorrência, nas matérias dedicadas à data, foi “Vinculação da Mulher ao Lar”, com 40 matérias. Observamos que 2019 foi o ano que os jornais e revistas mais dedicaram espaços em suas publicações com 280 matérias e reportagens sobre o Dia Internacional da mulher. Na média

geral, 2018 foi o ano em que menos se investiu em publicações sobre a data, com apenas 167 matérias sobre o tema.

A análise das matérias foi feita sob a óptica dos métodos arqueológicos e genealógicos, propostos por Michel Foucault (1979, 2017) em suas análises sobre os discursos e as suas condições de possibilidades, a partir da leitura das obras *Arqueologia do saber* e *Microfísica do poder*, o que nos permitiu compreender o discurso na estreiteza e singularidade da situação, a partir das representações da mulher na cobertura jornalística. Foram selecionados alguns exemplos para exemplificar cada uma das recorrências, mais alinhados à luta feminina e os menos.

5.1 MILITÂNCIA FEMININA

O feminismo, enquanto movimento, tem protagonizado, ao longo de seu surgimento, mobilizações reivindicatórias pela igualdade entre os gêneros e, como apontam Brandão e Bingimer (1994), visam a "uma redefinição do papel da mulher na sociedade," (p. 83) a partir de uma consciência coletiva. Em um primeiro momento, essas mobilizações estavam centradas na luta pelos direitos civis, como o voto. No Brasil, a discussão sobre o voto feminino, de acordo com Alves e Pitanguy (1985), teve início em 1910 e só em 1932 o Código Eleitoral brasileiro garantiu às mulheres o direito de votar.

Mesmo após a conquista do sufrágio feminino, as mulheres precisaram se articular para reivindicarem outros direitos sob os mais diversos temas, como sexualidade, equidade de gênero, educação, aborto seguro, mudanças na legislação para que a violência doméstica seja punida. Nesse contexto, a partir dessas demandas, analisamos a recorrência "militância feminina" na cobertura do oito de março. Verificamos nos quatro anos de análise, a publicação de 284 matérias relacionadas ao tema dessa categoria. Entre as pautas que apareceram com mais frequência no Dia da Mulher estão a luta pela igualdade de direitos, redivisão sexual do trabalho, o fim do feminicídio, a liberdade da sexualidade e a proteção a grupos minoritários como mulheres negras, LGBTQIA+ a partir de discursos contra estereótipos de gênero e objetificação do corpo feminino.

Em 2017, a cobertura da data pelo jornal *Estadão* destacou uma dessas pautas com a publicação de uma matéria assinada por Daiene Cardoso, publicada no dia 7 de março com o título "Psol entra com ação no STF para descriminalizar aborto até 12º semana". De acordo com a matéria, na semana que se comemora do Dia Internacional da Mulher, o partido

protocolou no Supremo Tribunal Federal uma ação que pretende descriminalizar o aborto por gestantes que tenha até três meses de gravidez (Figura 9).

Segundo Cardoso (2017), o partido argumentou em sua ação que a "cidadania da mulher está sendo violada pela criminalização" uma vez que as normas jurídicas que criminaliza o aborto "são provenientes de um código penal de 1940 e são incompatíveis com a Constituição de 1988 no que se refere à dignidade da pessoa humana e cidadã" (CARDOSO, 2017). Nesse sentido, a partir das contribuições de Foucault (1988), observamos que a penalização do aborto recai sobre o corpo feminino a partir de técnicas diversas denominadas de biopoder, que objetivam obter "a sujeição dos corpos e o controle das populações" (FOUCAULT, 1988, p. 152). Essas técnicas aparecem constantemente em discursos médicos, jurídicos, morais e religiosos.

Figura 9 – Print da matéria no site do Estadão

Fonte: Cardoso (2017).

A matéria traz a repercussão após a ação do Psol no STF, com declarações de Sônia Coelho, da Marcha Mundial das Mulheres, Francisco Borba; coordenador do Núcleo de Fé e Cultura da PUC-SP; Sílvio Valente, presidente da Comissão de Direito Médico da OAB-SP e Mauro Aranha, presidente do Conselho Regional de Medicina (CREMESP). Verificamos que essas declarações são baseadas a partir de discursos jurídico, político e religioso. Nesse sentido, a sexualidade e a saúde da mulher como explica Foucault (1988) é produzida por meio da incitação de discursos e encadeadas em técnicas de poder e saber.

De acordo com a matéria, Francisco Borba apoia a sua opinião no fundamento religioso, e classifica a ação como um “erro”. Para Sônia Coelho, outra fonte da matéria, a instabilidade política do Brasil e o conservadorismo do Congresso impossibilitam a concessão desse direito às mulheres. Do ponto de vista jurídico, Sílvio Valente baseia sua opinião em uma possível flexibilização como já ocorre em outros países, mas pontua que “estamos muito longe de uma mudança na lei especifica do aborto” (CARDOSO, 2017). A sexualidade feminina, bem como a descriminalização do aborto são algumas das reivindicações do movimento feminista. Conforme explica Alves e Pitanguy (1985), nesse sentido, “o exercício da sexualidade deve ser desvinculado da função biológica de reprodução” (p. 61) e a opção pela maternidade deve ser apenas escolha da mulher.

Em 2018, os veículos analisados noticiaram em sua cobertura do oito de março as mobilizações das mulheres na data. Com o título “Quase seis milhões de espanhóis apoiaram a greve feminista”, a revista *Exame* publicou uma matéria sobre a denominada “jornada histórica” de espanhóis que apoiaram as interrupções, convocadas pelos sindicatos em apoio as mulheres no oito de março.

Na matéria (Figura 10), são colocadas características dessas mobilizações que visam “reforçar a dimensão social, política e cultural da jornada feminista” (QUASE 6 MILHÕES..., 2017). Essa participação da sociedade em mobilizações pelos direitos das mulheres ganhou fôlego a partir do movimento feminista, que, durante suas primeiras ondas, reuniu centenas de mulheres em um ativismo, que objetivava contestar de forma significativa a desigualdade de gênero.

Figura 10 – Print da matéria no site da Exame

Fonte: Quase 6 milhões... (2018).

Carneiro (2011) explica que, em um primeiro momento, a luta das mulheres estava centrada na busca de equidade, “direitos civis, políticos e educativos” (p. 64), que eram destinados somente aos homens. A matéria da *Exame* destaca, nesse sentido, que essas interrupções objetivam “medidas contra a desigualdade e contra a violência de gênero” (QUASE 6 MILHÕES..., 2018). Ainda conforme Brandão e Bingimer (1994), historicamente, esses movimentos foram organizados com a finalidade de questionar o papel da mulher na sociedade em que apenas um movimento de mulheres conscientes de seu papel político e social “devidamente mobilizadas para exigir o cumprimento da lei e a punição para aqueles que porventura a transgredirem é que garantirá a construção de uma sociedade mais justa e igualitária” (BRANDÃO; BINGIMER, 1994, p. 109). Dessa forma, para além dos fatos históricos, o oito de março deve ser entendido como um movimento político que visa à autonomia das mulheres.

Verificamos outra importante discussão na cobertura da data pela revista *Carta Capital* em 2019, que contextualiza os direitos previdenciários das mulheres no Brasil. A revista publicou no dia oito de março uma matéria com o título “8 de março: Ato em SP engrossa protestos contra reforma da previdência”. O texto assinado pela repórter Carol Scorce (Figura 11) abordou a mobilização de mulheres por todo o Brasil com um tom mais político e contra a pauta conservadora e moralista. Na cobertura da revista, verificamos outras matérias que destacam as manifestações organizadas pelas mulheres e a menção a mobilizações de anos anteriores como em 2015, em que milhares de brasileiras foram às ruas contra a aprovação de um projeto de lei que restringia o acesso das vítimas de estupro a cuidados básicos de saúde.

Figura 11 – Print da matéria no site da Carta Capital

Fonte: Scorce (2019).

Na matéria, a repórter pontua ainda que mobilizações como “Mulheres contra Cunha”, em 2015, foram eficientes para vetar o projeto que não foi adiante na Câmara dos Deputados. Nesse sentido, de acordo com a matéria, esse ato foi “um dos mais potentes do movimento feminista nos últimos anos, e talvez o mais efetivo” (SCORCE, 2019). Dessa forma, conforme explica Alves e Pitanguy (1985), o feminismo “se coloca como um movimento vivo, cujas lutas e estratégias estão em permanente processo de re-criação” (p. 74). O debate feminista atual em torno da defesa pela seguridade social e o direito a uma aposentadoria digna, é respaldado na Constituição Federal (BRASIL, 1988), que assegura a igualdade de direitos entre os gêneros.
A presença feminina em movimentos populares objetiva projetar suas reivindicações na esfera pública, uma vez que se valoriza mais do que nunca a participação das mulheres na luta pelos direitos.

Em 2020, o jornal *O Globo* destacou em sua cobertura do oito de março uma matéria sobre a inclusão da diversidade sexual no mercado de trabalho, que também é uma das pautas levantadas pelo movimento das mulheres. O texto, assinado pela repórter Karen Garcia, ressalta o desenvolvimento de políticas de diversidade por empresas atentas às questões da população LGBTQIA+. Com o título “Apenas 30% das mulheres LGBT se assumem em ambiente de trabalho, diz pesquisa”, a matéria traz um tema importante para verificarmos como os veículos concedem espaços a essas pautas em suas coberturas (Figura 12).

Figura 12 – Print da matéria no site O Globo

Fonte: Garcia (2020).

Na matéria, é apresentado ao leitor um estudo realizado pela PriceWater Howse Coopers (PWC), que mostra que “apenas 30% das mulheres atraídas pelo mesmo sexo se assumem no ambiente profissional, ainda que 65% se sintam confortáveis com sua sexualidade” (GARCIA, 2020). Dentro desse tema, a matéria contextualiza a representatividade e diversidade em prol da equidade de gênero, com ambientes mais inclusivos e destaca os desafios raciais enfrentados por mulheres negras que lidam diariamente com a homofobia e o racismo.

Garcia (2020) traz também uma discussão sobre a violência contra mulheres trans e pontua que a expectativa de vida das mulheres trans é reduzida a 30 anos. Para fomentar a discussão, a matéria traz como fonte Gabriela Valera que aponta um “cenário cruel e um longo caminho a percorrer, tanto na esfera pública como privada” (GARCIA, 2020). Nesse sentido, ao reivindicar o exercício da sexualidade feminina enquanto direito, em prol de uma representatividade e uma equidade de gênero, como argumentam Alves e Pitanguy (1985), o movimento das mulheres deve denunciar “a violência simbólica que faz da mulher um objeto desvalorizado” (p. 60) e propor uma luta contra as diferentes formas de discriminação.

Verificamos, na recorrência militância feminina, que os jornais e revistas analisados destinaram um lugar de destaque ao tema em sua cobertura do oito de março, ainda que não abarquem toda a pauta do movimento das mulheres. Entre os temas recorrentes nessa cobertura, destacamos: a “igualdade de gênero” na cobertura do *El Pais* em 2017; “mecanismos contra violência de gênero” na cobertura do *Estadão* em 2017; “desigualdade salarial” na cobertura da data pela *Exame* em 2018; “descriminalização do aborto” na cobertura da revista *Marie Claire* em 2018 e na cobertura do *G1* em 2020; “luta contra misoginia” na cobertura da revista *Veja* em 2019; “luta contra o feminicídio” na cobertura da data pela *Veja* em 2019; “inviabilização LGBTQIA+” na cobertura realizada pela *Folha de S. Paulo* em 2020; “expropriação violenta de terras e luta das mulheres indígenas e do campo” pela revista *Carta Capital* em 2020, “políticas públicas específicas no enfrentamento da violência de gênero” na cobertura da revista *Marie Claire* e no *G1* em 2020.

Avaliamos que a recorrência desses discursos “produz formas particulares de subjetivação da mulher” (FISHER, 1997), uma vez que constitui vários campos de poder e saber, por meio de um dispositivo onde as “coisas ditas” exercem um papel importante na constituição do sujeito-mulher na representação da mídia.

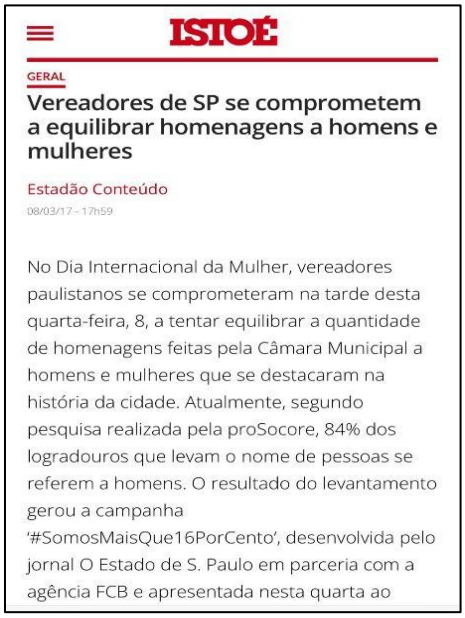
5.2 PUBLICIZAÇÃO DA DATA

A partir da cobertura do oito de março nos veículos analisados, verificamos a publicação de matérias voltadas para uma publicização da data, com discursos simbólicos de homenagens, felicitações, que descaracterizam o sentido político da data. De acordo com Álvarez González (2010, p. 9), a origem do oito de março está vinculada "a segunda conferência Internacional de mulheres socialistas em Copenhague em 1910". Desde então diversas manifestações ocorreram com o objetivo de unificar e dar sentido político à data.

Formou-se, assim, um movimento que mobilizou mulheres em todo o mundo, em busca da igualdade de direitos políticos, sociais e trabalhistas, "capaz de combinar a luta pela libertação global da sociedade" (ÁLVAREZ GONZÁLEZ, 2010, p. 10). Nesse sentido, observamos se a cobertura do oito de março acompanha essas transformações ou se ainda é possível verificar a publicação de matérias voltadas para um sentido publicitário da data.Verificamos, a partir da coleta, a publicação de 193 matérias durante os quatro anos de análise, com discursos voltados para uma "publicização" do dia. São discursos sobre flores e presentes para as mulheres na data, promoções em sites de compras, meia-entrada em estabelecimentos comerciais para mulheres, gratuidade em eventos, bem como estímulo ao consumismo.

Na cobertura do oito de março, pela revista *IstoÉ*, verificamos uma matéria que destaca uma homenagem para as mulheres na data, por parte da Câmara Municipal de São Paulo. Com o título "Vereadores de SP se comprometem a equilibrar homenagens a homens e mulheres", a matéria refere-se a uma iniciativa que busca "equilibrar a quantidade de homenagens feitas pela Câmara Municipal a homens e mulheres que se destacaram na cidade" (VEREADORES DE SP..., 2017). O objetivo da proposta, no entanto, não é aumentar a participação feminina em cargos municipais, nem contempla a emancipação feminina, a matéria destaca que a homenagem se refere a logradouros que levam nomes de homens e mulheres com relevância na cidade (Figura 13).

Figura 13 – Print da matéria no site da IstoÉ



Fonte: Vereadores de SP... (2017).

A matéria apresenta como fontes, depoimentos de líderes de partidos políticos como Isaac Félix (PR), Adriana Ramalho (líder do PSDB), Aline Cardoso (PSDB), a vereadora Juliana Cardoso (PT) e o diretor de marketing publicitário Marcelo Moraes, que destaca como objetivo da campanha "sensibilizar os vereadores a fazer esse reconhecimento" (VEREADORES DE SP..., 2017). Constatamos, a partir da matéria veiculada pela *Exame*, que os discursos de homenagens não ressaltam o caráter político e social, dedicado à reivindicação dos direitos das mulheres, nem propõem a completa igualdade política entre homens e mulheres.

Está relacionada, portanto, a uma estratégia publicitária com objetivo de reforçar representações simbólicas na data. No campo discursivo, essa representação conforme explica Foucault (1999) deve ser entendida no sentido estrito, onde "[...] a linguagem representa o pensamento como o pensamento representa a si mesmo" (p. 107), dentro de um sistema de identidades e diferenças.

Em 2018, o *G1* destacou em sua cobertura do oito de março, uma ação em homenagem à data. Com o título "Instalação de cílios em semáforos de Curitiba provoca polêmica nas redes sociais", a matéria assinada pela repórter Fabíola Wurmeister contextualiza a iniciativa da Secretaria Estadual da Família e Desenvolvimento Social de Curitiba em instalar no dia oito de março, cílios artificiais em semáforos da cidade (Figura 14).

Figura 14 – Print da matéria no site G1

Fonte: Wurmeister (2018).

De acordo com Wurmeister (2018), o objetivo da iniciativa era “chamar atenção para o olhar feminino”. Segundo a matéria, a homenagem foi criticada por usuários da internet já que a justificativa da secretaria estadual era valorizar a participação feminina na sociedade e a diminuição da desigualdade de gênero, o que não é possível alcançar apenas com celebrações e homenagens. Para que se alcancem esses objetivos é necessário bem mais que a “instalação de cílios artificiais”, deve-se, conforme Butler (2003), resistir às estratégias que subordinam as diferentes configurações de sujeição feminina.

Essa representação que “chama atenção para o olhar feminino” define a mulher dentro de temas tradicionais na cobertura do oito de março pela imprensa. Conforme explica Buitoni (2009), esse modelo representacional “privilegia o ser mulher, propõe modelos culturais como lógicos e naturais” (p. 25). A matéria apresenta como fonte o depoimento da coordenadora estadual de política da mulher, Ana Claudia Machado, que explica que a homenagem é uma maneira leve e bem-humorada de exaltar as particularidades femininas, no mês em que se luta pelos direitos da mulher.

Outra matéria com um discurso voltado para a publicização da data foi publicada em 2019, pela revista *Veja*. Com o título “ Damares que ensinar meninos a levar flores e abrir portas para meninas”, o texto assinado pela repórter Giovana Romano (Figura 15) traz a declaração da ministra da mulher, Damares Alves, no dia da mulher. A matéria aponta que ao homenagear as mulheres, a ministra atribuiu as agressões sofridas por elas, as “ideologias passadas que pregam igualdade de gênero” (ROMANO, 2019). O discurso da ministra reforça não só que as

mulheres são falsamente representadas, mas ainda se encontram subordinadas “as diferentes configurações de dominação do patriarcado” (BUTLER, 2003).

Figura 15 –Print da matéria no site da Veja

Fonte: Romano (2019).

De acordo com a matéria, o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH) lançou no dia da mulher uma campanha intitulada “Salve uma Mulher”, que tem como objetivo mobilizar a sociedade no enfrentamento à violência doméstica. O projeto, segundo o Ministério, visa à realização de ações e campanhas com a ajuda de “profissionais da beleza” contra a violência de gênero. Apesar de toda campanha contra a violência doméstica ser válida, ao incentivar meninos “levar flores e abrir a porta”, o discurso da Ministra relativiza o caráter político do Dia da Mulher.

Álvarez González (2010), explica que tantos os meios de comunicação, quantos as instituições políticas ao se apropriarem da data a transformam “em mais um evento do mercado, um dia de flores, de homenagens, de presentes e reforço da feminilidade tradicional” (p. 17). A narrativa utilizada é que as mulheres já conquistaram tudo, trata-se agora de conter os “exageros feministas”. Essa narrativa construída pelo patriarcado, no entanto, não condiz com a realidade das mulheres, uma vez que ainda é necessário garantir por meio de um movimento político e organizado, a emancipação feminina.

Em 2020 a revista *Marie Claire* publicou no dia cinco de março uma matéria com o título “Dia da mulher: peças bem girl Power para celebrar a data”. O texto não assinado faz parte da seção de modas da revista (Figura 16), que mostra “dentre muitas formas de comemorar

e lutar pelos nossos direitos" (DIA DA MULHER..., 2020) que as mulheres podem escolher peças que "traduzam o espírito empoderado da data". De acordo com Buitoni (2009), as revistas voltadas para o público feminino, como a *Marie Claire,* por meio da enunciação atuam por meio de ambiguidades na construção da identidade feminina.

E essa relação, segundo a autora, "implica questões mais abrangentes, como o papel social da mulher ou a sua participação política" (BUITONI, 2009, p. 21). Nesse sentido, sob uma aparência de neutralidade, o uso do termo Girl Power que é utilizado para designar o poder feminino, a autossuficiência e independência da mulher, ao ser empregado em discursos de publicidade, marketing, moda, perde o significado de causa.

Figura 16 – Print da matéria no site da revista Marie Claire

Fonte: Dia da mulher... (2020).

Verificamos, ainda, uma postura editorial da revista com enfoque em uma cobertura com temas tradicionais como moda, estilo, bem-estar, com o objetivo de despertar na leitora o interesse pelo consumo. Essas características, segundo Buitoni (2009), são elementos essenciais na sociedade de consumo e, nesse sentido, o discurso da Marie Claire no oito de março ainda é um discurso voltado para os ideais de beleza que valoriza a "boa forma física" e o "vestir-se elegantemente".

Essa publicização foi verificada em discursos como da *Veja* "McDonald's muda logo nos EUA para homenagear as mulheres" (VEJA, 2018), "Clubes celebram o Dia Internacional da Mulher nas redes sociais" (VEJA, 2019), do *Estadão* com "Spotify lança ferramenta que mede percentual de artistas mulheres que você ouve" (ESTADÃO, 2018), "Netflix mostra que

o mundo não funciona sem as mulheres" (ESTADÃO, 2017), "Livraria vira livros de autores masculinos ao contrário para mostrar disparidades entre gêneros" (ESTADÃO, 2017), da *Carta Capital* "Para Damares, meninos têm que aprender a dar flores às meninas" (CARTA CAPITAL, 2019), da *Marie Claire* "Empreendedorismo Grl Pwr: 8 marcas feministas para conhecer no Dia da Mulher" (MARIE CLAIRE, 2020), e da *Exame* "Com ajuda de internautas, Stella Artois doará dinheiro para ONGs femininas" (EXAME, 2020).

Observamos ainda que, em 2019, o discurso da Ministra Damares Alves foi problematizado pela revista Carta Capital, que assumiu uma postura diferente dos outros veículos analisados que apenas reproduziram o discurso sem oferecer ao público leitor uma análise sobre os regimes de verdade, para se colocar essas questões nos termos de Foucault. De acordo com o filósofo, os discursos não são neutros e revelam uma ligação com o poder.

Nesse sentido, jornais e revistas devem não apenas apenas veicular os discursos, mas os tornar "visíveis na transparência das palavras" (FOUCAULT, 1999, p. 428). Nesse sentido, verificamos que a revista publicou no dia oito de março de 2019 (Figura 17), uma matéria assinada pelo repórter Alexandre Putti, com o título "Para Damares, meninos têm que aprender a dar flores às meninas", que problematiza esse discurso da ministra**.**

Figura 17 – Print da matéria no site da Carta Capital

Fonte: Putti (2019).

A matéria publicada pela Carta Capital, apresenta uma visão crítica dos fatos em relação ao discurso apenas reproduzido pelos jornais na cobertura do oito de março. Com uma linha editorial que se apresenta como "uma alternativa ao pensamento único da imprensa brasileira"

(Putti, 2022) por meio de um viés progressista, a revista contextualiza a declaração da ministra que atribuiu a violência contra as mulheres à "ideologia de gênero".

O texto não apenas questiona o discurso de Damares, mas também define-o como "sexista" ao relembrar outros momentos em que a ministra mostrou-se conservadora ao argumentar que "meninos vestem azul e meninas vestem rosa", como tentativa de reforçar estereótipos heteronormativos. Nesse contexto, observamos que a institucionalização naturalizada de discursos como o de Damares, problematizado pela Carta Capital, acontece, conforme Butler (2003), por meio de "[…] fantasias ou 'fetiches' socialmente instituídos e socialmente regulados" (p. 182) baseadas em alegações universalistas de como os gêneros devem se comportar.

Verificamos a partir da análise que a cobertura do oito de março no jornalismo ainda está voltada para um caráter mais publicitário da data com a publicação de matérias que esvaziam o conteúdo emancipador que deu origem a Dia da Mulher a partir de temas e ações publicitárias voltadas para o público feminino.

5.3 VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

O enunciado "Violência contra a Mulher" foi o terceiro tema mais veiculado pelos veículos analisados, no período de 2017 a 2020. Ao longo dos quatros anos de nossa análise, verificamos que o tema apareceu nos 14 veículos analisados e em mais de uma publicação. Além de abordar o feminicídio, os textos exploraram os debates que acompanham a luta das mulheres pelo fim da opressão de gênero, bem como, pautaram os mecanismos legislativos criados para coibir a violência contra as mulheres.

Essa recorrência dos temas pode ser verificada a partir de uma agenda de informações. Conforme explica Mauro Wolf (2001), os jornais são os principais promotores da agenda do público. Essa agenda está relacionada à diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretação da realidade social, que chegam aos veículos de comunicação, e também à seleção dos temas relevantes a serem noticiados pelos *media*.

É a partir dessa seleção que os jornais e revistas publicam temas, que, de acordo com nossa análise, estão mais alinhados e outros menos alinhados à pauta do movimento feminista e ao nosso objeto de pesquisa. O tema violência contra a mulher sempre esteve presente nas pautas do movimento feminista. Verificou-se que, na cobertura do oito de março, o tema apareceu em 173 matérias, nos 14 jornais e revistas analisados. Em 2017, verificamos na cobertura feita pela Veja, a publicação de uma matéria no dia oito de março, intitulada "Uma em cada três brasileiras

foi vítima de violência em 2016". O texto, não assinado por um repórter, apresenta uma pesquisa realizada pelo instituto Datafolha em 2016, um ano antes da publicação à pedido do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que mostra um Brasil sem muito a "comemorar" no oito de março (Figura 18).

Figura 18 – Print da matéria no site da Veja

Fonte: UMA EM CADA... (2017).

De acordo com o levantamento apresentado na matéria, "uma em cada três brasileiras com 16 anos ou mais foi espancada, xingada, ameaçada, agarrada, perseguida, esfaqueada, empurrada ou chutada em 2016" (UMA EM CADA..., 2017). Os adjetivos utilizados no texto designam a tipificação da violência contra a mulher, conforme o Art 5° da Lei Maria da Penha. De acordo com a Lei N° 11.340, é considerada uma forma de violência "qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial" (BRASIL, 2006).

Ainda de acordo com a matéria da Veja, apesar de todas as campanhas em prol das mulheres, a maioria das entrevistadas pelo Datafolha disse ter sofrido algum tipo de violência. O texto destaca que "52% das entrevistadas que relataram casos de agressão não fizeram nada para punir o agressor: das 48% que tomaram alguma medida, 13% procuraram ajuda da família, 12% foram atrás dos amigos e 5% apelaram à igreja que frequentam" (UMA EM CADA..., 2017). Nesse sentido, as leis tornam-se importantes dispositivos no combate à violência, uma vez que, como argumenta Carneiro (2017), demonstram "a capacidade de ação política e de tencionar as estruturas sociais, a partir das críticas das relações de gênero, que se inscrevem no

campo do imaginário e nas estruturas institucionais" (p. 15). Apesar das constantes tentativas de acabar com a violência de gênero, o Brasil é o quinto país em que mais mulheres são vítimas do feminicídio, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2020).

Esse dado reflete na recorrência dos temas relacionados à violência de gênero, na cobertura do oito de março. Em 2018, o jornal Estadão publicou em sua cobertura da data uma matéria intitulada "No dia da mulher, jovem é morta a facadas pelo marido na Grande SP". O texto, assinado pelo repórter Felipe Cordeiro, repercute um caso de feminicídio que aconteceu no dia em que se comemora o Dia da Mulher, publicado um dia após a data.

A foto da vítima ilustra a matéria (Figura 19), que apresenta dados estatísticos de 121 cidades paulistanas. Na matéria, é apresentada a constatação de que "dois terços dos feminicídios no estado são cometidos na casa da vítima. Além disso, o crime foi executado com uma faca — em 58% dos casos são usadas armas brancas" (CORDEIRO, 2018).

Figura 19 – Print da matéria no site do Estadão

Fonte: Cordeiro (2018).

A matéria apresenta, por meio do recurso de hiperlinks, dados sobre os casos de feminicídios no estado. No texto, o repórter menciona a Lei do Feminicídio (13.104/2015) para explicar que o caso da jovem Natali Melo confirma a pesquisa realizada pelo Ministério Público Estadual (MPE) de São Paulo, que mostra que "dois terços dos feminicídios no Estado são cometidos na casa da vítima" (CORDEIRO, 2018). Esse dado é ratificado com as estimativas apontadas pela Secretária de Vigilância em Saúde (BRASIL, 2020), que mostra que, no mundo, um terço das mulheres já sofreram algum tipo de violência por um parceiro. O que torna "a

experiência que as mulheres têm de violência por parte dos seus parceiros", conforme explica Naomi Wolf (1992, p. 211), epidêmica.

O discurso sobre a violência contra a mulher apareceu na cobertura do oito de março na revista Veja em 2019. Verificamos uma matéria com o título "Incomodado com som da TV, homem mata companheira em Minas Gerais". O texto não assinado apresenta ao leitor um caso de feminicídio registrado na primeira hora do Dia Internacional Da Mulher em 2019. De acordo com a matéria, o agressor "matou a companheira por ter se irritado com o volume da televisão". O crime foi cometido com uma arma branca. Verificamos, ainda, o uso da imagem da vítima como um recurso de mediação visual, que mostra como a mídia apresenta à opinião pública os casos de feminicídios (Figura 20).

Figura 20 – Print da matéria no site da Veja

Fonte: INCOMODADO COM SOM... (2019).

No Brasil, o feminicídio passou a ser considerado um qualificador do crime de homicídio julgado, portanto, como um crime hediondo. O termo foi utilizado pela primeira vez em 1976, pelo Tribunal Internacional de Crimes contra Mulheres em razão do gênero. A expressão foi cunhada pela feminista e ativista dos direitos das mulheres Diana Russel, que, juntamente com Jill Radford, organizou em 1992 um livro que reúne textos seminais, que se tornou referência para os estudos de gênero.

Verificou-se que as publicações passaram adotar um discurso que reforça as transformações sociais no movimento das mulheres. Entretanto, apesar de os jornais e revistas apontarem esses prognósticos de mudanças com base nos avanços legislativos, o tema violência contra a mulher ainda está presente na maioria das matérias sobre o oito de março. No Brasil, de

acordo com dados do anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), em 2019 o país registrou 3.730 casos de feminicídio, o que representa um percentual de uma morte de dez mulheres por dia. Ainda de acordo com o relatório, com o início da pandemia de Covid-19, decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS, 2020), os casos de feminicídio no Brasil cresceram 22,2% em relação ao mesmo período de 2019. Esse dado repercute nas publicações da cobertura do oito de março de 2020.

Na cobertura da revista Claudia em 2020, verificamos a publicação de uma matéria no dia cinco de março, portanto três dias antes da data em que se comemora o dia da mulher. Por estar alinhada à pauta do movimento feminista, e seguir os critérios de noticiabilidade do jornalismo que determina uma seleção hierárquica dos fatos desde as condições organizacionais até a cultura profissional, bem como a relação jornalista-receptor, foi inserida no *corpus* de análise.

Com o título "É sobre misoginia: homicídio de mulheres cai, mais feminicídio aumenta", a matéria, assinada pelos repórteres Júlia Warken, Guta Nascimento e Thiago Abril, apresenta dados sobre o feminicídio no Brasil (Figura 21). O texto apresenta uma constatação de que apesar de uma queda recorde nos casos de homicídios, independentemente do gênero, houve um crescimento dos casos de feminicídios.

Figura 21 – Print da matéria no site Claudia

Fonte: Warken; Nascimento; Abril (2020).

Como fontes, a matéria traz um levantamento feito pelo Monitor de violência, parceria entre o G1.com, o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) e o Núcleo de Estudos da violência (NEV-USP). A matéria aponta uma contradição percebida no aumento de casos de

feminicídios no Brasil. Segundo Warken, Nascimento e Abril (2020) “há quem acredite que os feminicídios está crescendo, mas há quem aponte outro fenômeno: o aumento da compreensão a respeito do feminicídio”. Essa compreensão apontada na matéria sinaliza um despertar da consciência que mostra eloquentemente que a expressão popular em briga de marido e mulher não se mete a colher , conforme aponta Saffioti (1987, p. 80) uma “atitude machista de não tocar na sagrada supremacia do macho”.

De acordo com o relatório do Anuário Brasileiro de Segurança Pública (BRASIL, 2020), em 2020, houve um aumento nos casos de violência contra a mulher no país. No geral, segundo o relatório, as vítimas são negras, pobres e que não possuem acesso adequado a recursos que facilitam as denúncias, como celulares e internet. A matéria publicada pela revista Claudia traz ainda, uma discussão sobre a violência de gênero no cotidiano das brasileiras, a partir de uma opinião especializada da advogada Ana Paula Braga, que explica a gravidade do crescimento de casos de feminicídio e pontua que “o fato de os números estarem aumentando [gradativamente] depois que a gente trouxe uma lei específica para isso só mostra a gravidade do problema. Antes essas mortes não eram notadas pelo estado e pela sociedade” (WARKEN; NASCIMENTO; ABRIL, 2020). Nesse sentido, barreiras como o racismo, pobreza e machismo, fazem com que as mulheres vivenciem cotidianamente múltiplas formas de violência de gênero.

Verificou-se que nos quatros anos de análise, o tema violência contra a mulher sempre foi veiculado nas matérias do dia oito de março, em jornais e revistas por fazer parte da mudança que ocorre na consciência feminista. Essa mudança representa a construção do gênero, que como explica Lauretis (1987) ocorre a partir de “várias tecnologias do gênero [...] e discursos institucionais com o poder de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e “implantar” representações de gênero” (p. 228).

Observamos que nos quatros anos de análise, a recorrência enunciativa do tema “violência contra a mulher” está relacionada a discursos sobre “discriminação” (El País, 2017), “Lei Maria da Penha” (R7.com, 2017), “violência sexual” (Exame, 2018), “misoginia” (Veja, 2019), “opressão de gênero” (Carta Capital, 2019) e “feminicídio” (Época, 2020). Apesar de desafiador, lidar com o aumento dos casos de violência contra a mulher impõe ações dos órgãos de segurança pública e mobilização da sociedade contra os mecanismos de controle e vigilância do corpo da mulher.

É importante destacar que a escolha pelos veículos em falar sobre o Dia da Mulher com referência à violência revela um movimento de não tratar a data como um dia de homenagens e presentes, mas um dia de luta para combater esse tipo de crime. A revista *Claudia*, que poderia

priorizar uma cobertura mais leve, visto que tem como foco abordar beleza e qualidade de vida, investiu também em tratar a violência contra a mulher.

Nota-se um despertar da imprensa em compreender a data não como um dia de flores e presentes, mas de luta. Como condição de emergência para esse enunciado, não há como desconsiderar o avanço do movimento feminista e suas pautas de reivindicação. Diante do volume do *corpus*, foram selecionadas algumas matérias para apresentar as recorrências enunciativas.

5.4 MERCADO DE TRABALHO

A participação das mulheres no mercado de trabalho é, de acordo com Alves e Pitanguy (1985), desvalorizada e "traduzida concretamente na atribuição de menor pagamento à mão-de-obra feminina que à masculina" (p. 27). Essa lógica perversa do capitalismo tem historicamente um papel decisivo na inserção feminina em cargos profissionais. Verificamos que, durante a cobertura do oito de março, os veículos analisados passaram a adotar um discurso pautado nessa demanda das mulheres.

São discursos que apresentam estatísticas sobre igualdade de gênero no campo profissional, desigualdade salarial, dupla jornada de trabalho e, como saída para tal situação, uma redefinição do papel da mulher na sociedade. Conforme explica Brandão e Bingemer (1994), a participação feminina no mercado de trabalho "é definida não só pelas condições do próprio mercado, mas pelas possibilidades de que a mulher dispõe ao se oferecer a esse mercado" (p. 118). Essa disponibilidade é determinada por diversos fatores e normas culturais, que intensificam a desigualdade de gênero no mercado de trabalho.

Analisamos que o tema mercado de trabalho nos discursos do oito de março está presente em matérias que apresentam indicadores sociais da participação feminina na política, na administração de empresas, em vagas para concursos públicos e cargos de liderança. Em 2017, o jornal *El País* destacou, em sua cobertura do Dia Internacional da mulher, uma matéria assinada pela repórter Denise Zani sobre as condições femininas no mercado de trabalho. Com o título "Uma em cada duas mulheres trabalhadoras tem um emprego sem garantias de direito", a matéria contextualiza a estimativa da Organização Internacional do Trabalho (OIT) de que existem 586 milhões de mulheres com trabalho considerado informal em todo o mundo (Figura 22).

Figura 22 – Print da matéria no site do El País

Fonte: Zani (2017).

De acordo com a matéria, “a maioria das mulheres que trabalham na economia informal desenvolve trabalhos de manufatura em sua própria casa, trabalha como empregada doméstica ou no pequeno negócio da rua” (ZANI, 2017). Essa informalidade, conforme aponta a ONU Mulheres (2017), não permite que as mulheres desfrutem de benefícios e garantias, bem como impossibilita o empoderamento econômico e autonomia feminina. Essa condição é ainda pior quando as mulheres precisam ocupar duas funções, a de profissional e a de mãe. A repórter explica que isso “dificulta seu acesso ao mercado de trabalho”.

Entre as fontes utilizadas na matéria estão um estudo realizado pela Comissão Europeia, um relatório da OIT e a opinião de Raymond Torres, diretor do departamento de estatísticas da Fundácion Caja de Ahorros (FUNCAS) e ex-diretor do Instituto Internacional de Estudos do Trabalho. Entre as questões debatidas pelo feminismo em relação à participação feminina no mercado de trabalho, a matéria contextualiza as dificuldades no reconhecimento por parte das legislações, na luta das mulheres por condições adequadas de trabalho. Esse reconhecimento dos direitos no mercado de trabalho no Brasil é assegurado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que proíbe aos contratantes considerar o sexo, a idade, a cor ou a situação familiar como uma variável determinante para fins de contratação, remuneração, formação profissional ou ascensão no mercado de trabalho.

A CLT dedica um capítulo específico à proteção da mulher no mercado de trabalho, prevê entre outros direitos “a adoção de igualdade entre homens e mulheres, em particular as que estão destinadas a corrigir distorções que afetam a formação profissional, o acesso ao

emprego e as condições gerais de trabalho da mulher" (BRASIL, 2017, p. 61). Apesar do reconhecimento desses direitos por meio de dispositivos jurídicos, a desigualdade salarial entre homens e mulheres ainda demanda políticas sociais e culturais que visem à paridade de gênero.

O tema inserção feminina e a desigualdade salarial entre os gêneros apareceu na cobertura do oito de março realizada pela revista Carta Capital em 2018. Verificamos a publicação de uma matéria, dentre outras da cobertura da data, com o título "A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro" (Figura 23). O texto assinado pela economista Lilian Nogueira Rolim contextualiza as desigualdades em vários níveis que afetam as condições trabalhistas das mulheres.

Figura 23 – Print da matéria no site da carta Capital

Fonte: Rolim (2018).

Entre as questões debatidas na matéria, estão a desigualdade de rendimento entre os homens e as mulheres; as taxas de formalização, que para as mulheres é mais baixa, de acordo com os dados apresentado por Rolim (2018), cerca de 71,1% enquanto os homens é 76,8%; bem como o rendimento mensal. Essa diferença é consequência das relações de poder que permeiam a vida das mulheres, como explicam Alves e Pitanguy (1985, p. 18). "O trabalho feminino sempre recebeu remuneração inferior ao homem". Essa desvalorização é apontada na matéria da *Carta Capital* como "um campo da luta das mulheres e, portanto, objeto das demandas colocadas no oito de março e ao longo do ano com o intuito de maior igualdade entre os sexos e liberdade para as mulheres" (ROLIM, 2018).

De acordo com Foucault (2017), ao analisarmos os discursos, compreendidos como um conjunto de enunciados conforme explica o autor, deve-se levar em consideração os "fenômenos de recorrência". Nesse sentido, verificamos uma nova forma de reorganização do tema na cobertura do oito de março, as notícias estão voltadas a mostrar uma mulher enquanto sujeito político que reivindica a legitimidade dos seus direitos no mercado de trabalho.

No dia oito de março de 2019, verificamos na cobertura realizada pela revista *Exame*, a publicação de uma matéria com o título "Mulheres ganham 20,5% menos que homens em 2018, diz IBGE" (Figura 24). O texto não é assinado e apresenta dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas que mostra a desigualdade salarial entre homens e mulheres no ano anterior a publicação.

De acordo com a matéria, "a participação feminina no mercado de trabalho não mudou significativamente desde 2012, quando a pesquisa teve início, o que mostra o predomínio da participação masculina no contingente de trabalhadores ocupados" (MULHERES GANHARAM 20,5%..., 2019). Essa depreciação do trabalho feminino é, conforme Saffioti (1987), uma maneira de sujeição feminina que dentro de um sistema de exploração como o capitalismo "diz respeito diretamente ao terreno econômico" (p. 50) e ao patriarcalismo.

Figura 24 – Print da matéria no site da Exame

Fonte: Mulheres Ganharam 20,5%...(2019).

Esse processo de desvalorização, apontado por Alves e Pitanguy (1985), é explicado na matéria da *Exame*, a partir da constatação de que "dependendo da profissão escolhida, as trabalhadoras chegam a receber menos da metade que os homens" (MULHERES

GANHARAM 20,5%..., 2019). A matéria é dividida em intertítulos, que são recursos utilizados para complementar a notícia principal e facilitar a compreensão do leitor, os intertítulos apresentados são “participação no mercado de trabalho”, que apresenta dados do IBGE sobre a participação feminina em diversas áreas, “profissões” que mostra um comparativo entre os salários de homens e mulheres nessas áreas de atuação, “horas trabalhadas” e “desemprego”.

A ampla participação feminina na vida pública foi destaque na cobertura do oito de março nos veículos analisados. Entretanto, apesar desses avanços da representação feminina na mídia, a paridade salarial ainda é um problema no Brasil. Em 2020, o jornal *Folha de São Paulo* publicou no dia oito de março uma matéria assinada pela repórter Angela Boldrini com o título “Bancada feminina amplia presença em postos de poder, mas desigualdade persiste no Congresso” (Figura 25). Boldrini apresenta dados do IBGE e do Observatório do Legislativo Brasileiro (OLB) sobre a disparidade no Congresso Nacional que “ainda é um ambiente predominantemente masculino” (BOLDRINI, 2020). A participação das mulheres na política brasileira teve início em 1910, quando as sufragistas lutaram para ter reconhecido o direito ao voto.

De acordo com Álvarez González (2010, p. 173), a reivindicação pelo voto feminino implicou “seu conjunto o reconhecimento de sua materiedade social e é o meio para obter poder político e, portanto, eliminar obstáculos legais e sociais” e assegurar à mulher uma participação igualitária na sociedade e na política. Na matéria da *Folha*, a repórter explica que o motivo para discrepância da igualdade de gênero na política “vem da forma como se veem as mulheres dentro das estruturas partidárias” (BOLDRINI, 2020). Para interpretar essa constatação, a matéria apresenta dados das eleições de 2018, que mostram que a participação feminina na bancada do Congresso aumentou de 53 para 77 deputadas eleitas, número que se torna irrisório dentro da quantidade de candidaturas nas eleições.

Figura 25 – Print da matéria no site da Folha de São Paulo

Fonte: Boldrini (2020).

A matéria ainda destaca que esse percentual é o maior número já alcançado "com 15% do total de deputados — embora muito distante da paridade, já que as mulheres são 51% da população brasileira" (BOLDRINI, 2020). De acordo com o IBGE (2021), desde 1995, o Brasil possui legislações que prevê um maior percentual de cotas eleitorais para as mulheres. "Contudo, apenas com a Lei n° 12.034, de 29/09/2009, essas cotas tornaram-se obrigatórias, de modo que, em eleições proporcionais, haja no mínimo 30% e no máximo 70% de candidaturas de cada sexo, por partido ou coligação partidária" (IBGE, 2021).

A reivindicação de igualdade entre homens e mulheres na política faz parte de uma ação coletiva centrada na mulher enquanto sujeito, que busca conforme argumenta Touraine (2007), "o acesso às funções de representação política" (p. 73). Nesse sentido, os discursos jornalísticos devem pautar uma rearticulação das relações entre os sujeitos sociais e as representações femininas em postos de poder, comandados hegemonicamente por homens.

Observamos que na categoria "Mercado de Trabalho", os jornais e revistas analisados publicaram matérias relacionadas a "desigualdade salarial e empreendedorismo feminino" (Estadão, 2017), "representação feminina na política" (Exame, 2018), "paridade de gênero" (Exame, 2019), "garantias constitucionais para mulheres/mães" (Folha, 2020), "presença feminina em postos de liderança e política" (El País; Folha, 2020). Esses discursos constatam a urgência da reivindicação completa da igualdade política entre homens e mulheres.

5.5 EMPODERAMENTO FEMININO

A quinta recorrência enunciativa analisada diz respeito à representação feminina a partir do conceito de empoderamento nos discursos do oito de março. De acordo com Sardenberg (2006), o termo empoderamento refere-se ao processo "da conquista da autonomia, da autodeterminação" feminina a partir de uma libertação da opressão de gênero. Essa definição está em conformidade com os princípios de empoderamento feminino estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU MULHERES), que visam "promover a equidade de gênero em todas as atividades sociais" com objetivo de melhorar a vida das mulheres a partir do ativismo social.

Nesse sentido, a partir da análise das matérias, verificamos que, em 2017, no dia oito de março o jornal *Estadão* publicou uma matéria sobre a importância da representatividade trans, em espaços hegemonicamente ocupados por homens. A matéria, assinada pelas repórteres Anita Efraim e Luiza Pollo, traz falas importantes sobre a representatividade e empoderamento trans do ponto de vista de três mulheres transgêneras, Alicia Krüger, Fabianna Mello Oliveira e Maria Clara Spinelli.

Com o título "Trans é o rótulo que a sociedade nos coloca, eu sou uma mulher, diz ativista", a matéria contextualiza como ainda é difícil o reconhecimento das mulheres trans por parte do feminismo, colocado nesses termos como um feminismo radical (Figura 26). Fabianna Mello, fonte ouvida na matéria, pontua que, dessa forma, o oito de março deve ser pensado não como uma data de comemoração e sim um dia de luta. "Para mim, estar inserida neste dia é uma representação, é dizer para sociedade que somos mulheres" (EFRAIM; POLLO, 2017). O lead da notícia apresenta dados da Transgender Europe, organização que tem se dedicado a pesquisar experiências de pessoas trans e gênero-diversos em todo o mundo.

Figura 26 – Print da matéria no site do Estadão

Fonte: Efraim; Pollo (2017).

De acordo com Efraim e Pollo (2017), repórteres que assinam a matéria, dentro da pauta feminista das mulheres trans está a luta pelo fim do "machismo, o assédio, o sexismo, toda forma de misoginia que existe também no ambiente das mulheres trans" (EFRAIM; POLLO, 2017). Nesse sentido, o conceito de gênero utilizado por intervenções feministas, deve ser pensado, como propõe Lauretis (1994), a partir de uma desconstrução em qualquer discurso.

A partir do conceito de dispositivo da sexualidade, proposto por Foucault (1988) podemos observar os discursos sobre sexualidade a partir dos efeitos produzidos nesses corpos e que funcionam "como elemento diferenciador na tecnologia geral do sexo" (p. 142). Nesse sentido, a partir da constatação de uma das entrevistadas "temos muito pouco a comemorar, o Brasil é o país que mais mata transexuais e transgênero no mundo" (EFRAIM; POLLO, 2017), podemos verificar uma tecnologia centrada não apenas no corpo trans, mas na vida. A matéria ainda aproveita a discussão para relembrar o caso de Dandara Santos, torturada e morta em Fortaleza em fevereiro de 2017.

Na cobertura da data pela revista *Claudia*, observamos a publicação de uma matéria sobre protagonismo feminino em 2018 com o título "Guerreiras da floresta enfrentam madeireiros", assinada pela repórter Thais Lazzeri (Figura 27). Na matéria, é abordada a participação de um grupo de mulheres indígenas "dedicadas a guardar o território contra a destruição provocada por madeireiros, agricultores e caçadores" (LAZZERI, 2018). De acordo com o texto, esse protagonismo feminino só não é maior devido uma "resistência" por parte dos maridos e pode ser compreendido a partir da constatação de uma das fontes ouvidas na

matéria, a pesquisadora Graciela Rodriguez. A pesquisadora ressalta que, embora as indígenas guajajara não falem em feminismo ou machismo, “a mobilização feminina foi incitada pela pressão vivida por toda a comunidade em razão dos impactos vividos cotidianamente devido a degradação da floresta” (LAZZERI, 2018). Nesse sentido, conforme explica Teles (2003), o oito de março deve reunir diferentes propostas e temas, cujo objetivo em comum seja o combate a todas as formas de discriminação, bem como a libertação do patriarcalismo e a opressão de gênero.

Figura 27 – Print da matéria no site da Claudia

Fonte: Lazzeri (2018).

A matéria apresenta informações relacionadas ao desmatamento da floresta, bem como aponta como a mobilizações de mulheres indígenas contribui para a preservação dessas áreas. Como fontes, a repórter apresenta dados publicados pelo Global Florest Watch, Land Use Policy (revista científica internacional), bem como dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e Sônia Guajajara, liderança indígena feminista. Nesse contexto, a participação de mulheres indígenas em um feminismo mais plural que abarque a diversidade e pluralidade de gênero está centrada em uma transformação das relações sociais a partir de iniciativas que visam modificar as relações de gênero independente da raça. Conforme explica Touraine (2007), essa consciência sobre o empoderamento feminino produz nas mulheres a liberdade de se tornarem sujeitos a partir daquilo que o autor denomina de uma “construção de si”.

O tema empoderamento feminino apareceu em uma matéria publicada do dia oito de março de 2019, pelo jornal O Globo. Com o título “Quem é Ilhan Oman e como ela se tornou uma das principais faces do partido democrata”, o texto, assinado pela repórter Mariana Gonçalves, apresenta ao leitor a congressista somali-americana, descrevendo características como “negra, muçulmana – exibe orgulhosa seu véu pelo Congresso americano” (GONÇALVES, 2019) e simboliza um movimento de fortalecimento na política (Figura 28). Na matéria, é apresentada, ao leitor, uma sucessão de fatos que levaram a congressista à eleição, desde a infância em Mogadíscio até sua ida para os Estados Unidos.

Figura 28 – Print da matéria no site O Globo

Fonte: Gonçalves (2019).

Como fontes, a matéria traz declarações da coordenadora do curso de Relações Internacionais da FAAP, Fernanda Magnotta, que pontua que essa representatividade é legitimada pela própria história de Ilhan Oman, “o que faz dela uma sonora voz de resistência a temas sensíveis” (GONÇALVES, 2019). Nesse sentido, o empoderamento feminino diz respeito a uma representação da experiência individual, que, como explica Touraine (2007), poderá interferir nas mais diversas instâncias sociais.

O debate sobre o empoderamento feminino diz respeito a uma série de fatores que não podem ser dissociados da representação das mulheres no jornalismo. O empoderamento feminino presume uma mudança nos enunciados de gênero, “mesmo quando a construção é elaborada com propósitos emancipatórios” (BUTLER, 2003, p. 22). Esse processo de formação

da identidade feminina deve ser compreendido como efeito de um discurso que naturalizam processos de subjetivação feminina.

Verificamos que na cobertura da data em 2020 (Figura 29), na seção lifestyle do portal *R7.com*, uma matéria assinada pela repórter Nayara Fernandes, com o título "Falar de empoderamento é fácil, mas falta ação, diz CEO de APP para mulheres". De acordo com a matéria, a ideia para criar esse negócio surgiu após Gabryella Corrêa, fundadora do aplicativo, ser vítima de importunação sexual em um táxi. Observamos, na declaração da empresária uma crítica a campanhas com forte apelo à valorização da mulher e suas potencialidades, mas que na prática não funciona desse modo. A fonte pontua que:

Embora se fale muito em empoderamento e diversidade, as marcas usam essas palavras porque estão na moda, mas faltam ações reais para que isso seja feito na prática, como treinamentos dentro das empresas e garantia que motoristas capacitados dirijam nas plataformas e não coloquem as passageiras em riscos (FERNANDES, 2020).

Figura 29 – Print da matéria no site do R7

Fonte: Fernandes (2020).

Para trazer argumentos a essa discussão, a crítica feminista tende a explorar esses domínios de exclusão dentro dos regimes de representação nas produções discursivas sobre as mulheres. De acordo a fonte da matéria, esse empoderamento significa "liberdade para que a mulher possa fazer o que quiser, na hora que quiser" (FERNANDES, 2020) . Nesse sentido, a análise desses discursos sobre empoderamento feminino no oito de março mostra para além de uma representação, modos de subjetivação que permitem o sujeito-mulher se constituir "a partir

de práticas que permitem ao indivíduo estabelecer uma relação consigo", conforme explica Machado (2007). O sujeito desse enunciado deve ser também o sujeito da operação (FOUCAULT, 2017) na medida em que, ao questionar tais representações, a mulher se posiciona como sujeito desse discurso.

Apesar de a matéria principal não mencionar a lei de importunação sexual, o uso de hiperlinks na matéria direciona os leitores para outros textos que falam sobre a Lei 13.718, sancionada para tipificar como crime penal o tipo de violência relatada no início da matéria. Verificamos, nos quatros anos de análise, a publicação de 143 matérias com a recorrência empoderamento feminino. São enunciados que abordam as representações de mulheres negras, indígenas, LGBTQIA+, imigrantes, ainda que seja de maneira incipiente. Nos enunciados sobre empoderamento feminino, verificamos uma postura editorial dos jornais e revistas analisados, que reforça o processo de aquisição de mecanismos no combate a opressão de gênero.

Ainda percebemos, que na cobertura do oito de março jornais e revistas destacaram em suas publicações sobre empoderamento grandes personalidades femininas da música, artes plásticas, futebol e cultura. Essa representação a partir das estratégias de linguagem jornalísticas, interpelam de acordo com Fisher (2020), "o cotidiano de milhões de brasileiros - ou seja, participam decisivamente da produção de sua identidade e sua subjetividade" (p. 113), onde passam a ser identificadas no interesse da pauta feminista pelos meios de comunicação.

Com o tema empoderamento feminino, verificamos a publicação de matérias que contemplam demandas de um feminismo mais plural, entre os temas recorrentes como empoderamento feminino por meio da política como: "A cara da nova política" (ISTO É, 2019), "liberdade dos padrões ideais" (MARIE CLAIRE 2019), "mulheres que têm voz ativa no esporte" (ESTADÃO, 2017), "pioneirismo feminino em diversos âmbitos da sociedade" (EL PAÍS, 2017), "sororidade feminina" (EXAME, 2018), "liderança e participação política (Folha de S. Paulo, 2020), "empreendedorismo de mulheres" (MARIE CLAIRE, 2020). Destacamos, ainda, que a representação feminina na cobertura do oito de março não está ligada necessariamente a apenas um tema. Observamos matérias que apresentam mais de um enunciado, apoiados em um sistema de formação discursiva, alinhados ou não à pauta feminista.

5.6 ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

Podemos observar, a partir da análise dos dados que os discursos sobre os papéis de gênero na construção da identidade feminina, como explica Silva (2014), "incluem as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos" (p.

182), focalizam em características e atribuições de papéis sociais às mulheres. Nessa recorrência, observamos a publicação de 51 matérias com discursos menos alinhados à pauta feminista, nos quatro anos de análise. Nesta categoria, analisamos os discursos a partir de conceitos como "corpos dóceis", "disciplina" e "técnicas de vigilâncias" propostos por Foucault (1987).

Em 2017, a revista *Veja* publicou no dia três de março, cinco dias antes do Dia da Mulher, uma matéria com o título "Deputado diz que mulheres devem ganhar menos: "são mais fracas". O texto não assinado traz a declaração de um membro do parlamento Europeu durante um debate sobre a desigualdade de gênero na Europa (Figura 30)

Figura 30 – Print da matéria no site da Veja

Fonte: Deputado diz que... (2017).

De acordo com a matéria, o deputado defendeu em seu discurso que os "homens devem ser mais bem remunerados que as mulheres" (DEPUTADO DIZ QUE..., 2017). O poder é materializado, nesse discurso, a partir da docilização do corpo feminino uma vez que as mulheres são representadas como sujeitos fracos e vulneráveis a partir de estereótipos. Saffioti (1987) explica que essa naturalização dos estereótipos e da discriminação contra a mulher "constitui o caminho mais fácil e certo de legitimar a superioridade dos homens, assim como a dos brancos, a dos heterossexuais, a dos ricos" (p. 11).

Desse modo, o poder é materializado por meio de métodos disciplinares, que como explica Foucault (1987) atuam como "uma relação de docilidade-utilidade" (p. 164) nos sujeitos. Verificamos em outra matéria da *Veja*, do dia quatorze de março de 2017, que após a

declaração, o deputado foi afastado e proibido de representar o parlamento Europeu por um ano, como forma de punição por suas declarações. Nesse sentido, o discurso que apresenta estereótipos de gênero foi qualificado como uma "infra-penalidade" (FOUCAULT, 1987) e reprimido por uma sanção normalizadora.

Na cobertura do oito de março de 2018, a revista *Veja* publicou uma matéria com o título "Iraniana pega dois anos de prisão por tirar o véu em público". O texto não assinado contextualiza a lei vigente no Irã que proíbe as mulheres saírem às ruas sem o hijab, véu usado pelas muçulmanas. De acordo com a matéria (Figura 31), "uma iraniana que tirou seu véu em público foi condenada a dois anos de prisão" (IRANIANA PEGA DOIS..., 2017). A punição foi justificada a partir de uma lei que desde a Revolução Islâmica de 1979 proíbe as mulheres circularem sem o uso do véu, e classificada como uma ação para "encorajar a corrupção moral" (IRANIANA PEGA DOIS..., 2018).

Figura 31 – Print da matéria no site da Veja

Fonte: Iraniana Pega Dois... (2017).

Desse modo, o estereótipo de gênero está enraizado culturalmente por tecnologias de poder que entrelaçam o corpo feminino em um sistema de sujeição a partir de "[...] métodos 'suaves' de trancar ou corrigir. É sempre do corpo que se trata - do corpo e de suas forças, da vitalidade e da docilidade delas, de sua repartição e de sua submissão" (FOUCAULT, 1987, p. 28). Esse corpo está mergulhado em um campo político que define como a mulher deve transitar publicamente. Segundo Wolf (1992), essa vigilância às mulheres acontece não "para que se tenha certeza de que comportarão, mas para se ter certeza de que elas saibam que estão sendo

vigiadas" (p. 120). Esse investimento político do corpo feminino acontece por meio do controle do que pode ou não ser feito.

Na matéria da *Veja*, observamos que essa penalização não é contestada. O texto aponta que "a aplicação dessa polícia religiosa sobre as mulheres aumentou nos últimos anos" (IRANIANA PEGA DOIS…, 2017) e, a partir da constatação de uma das fontes mencionadas na matéria, verificamos ainda que se fala de uma "tolerância", mas que de acordo com regimes de governos, a mulher que transgredir ou questionar essas regras será "necessário agir com força". Nesse contexto, essas técnicas punitivas permitem, conforme explica Foucault (1987), um "controle minucioso" do corpo feminino que lhe impõem uma relação de docilização que deve ser questionada a partir dos discursos.

Observamos que, nos discursos sobre estereótipos de gênero, os jornais e revistas deram espaços em sua cobertura do oito de março a temas sobre segregação dos sexos, restrições impostas à mulher, poder sobre o corpo feminino, discursos machistas e sexistas. Em 2019, a revista *Veja* publicou no dia sete de março uma matéria com o título "Putin: mulher precisa de aparelho de ginástica, massagista e pretendente". O texto não assinado (Figura 32) contextualiza a declaração do político russo, que reduziu as necessidades das mulheres a apenas "um aparelho de ginástica, um massagista e um pretendente" (PUTIN: MULHER PRECISA..., 2017). O texto destaca que ao homenagear às mulheres, o presidente russo reforçou atributos como "beleza", "charme" e "inteligência", que de acordo com Wolf (1992) fazem parte de um sistema político que consiste na dominação masculina a partir de padrões impostos culturalmente as mulheres.

Figura 32 – Print da matéria no site da Veja

Fonte: Putin: Mulher Precisa... (2019).

Observamos, a partir de discurso de idealização da beleza feminina a reprodução de estereótipos do que tradicionalmente implica uma sexualização do corpo da mulher. De acordo com Lauretis (1994), essa sexualização tem sido tópico nos discursos da medicina, da religião, no campo jurídico e na cultura, e reforçam a manipulação do corpo feminino. Essa manipulação implica "esquadrinhar", "desarticular" e "recompor" (FOUCAULT, 1987, p. 164) o corpo com o objetivo de torná-lo submisso, seja por meio dos ideais de beleza, conforme explica Buitoni (2009) e Wolf (1992), ou por meio da sexualidade, percebida aqui "como atributo ou propriedade do masculino" em concordância com os apontamentos de Lauretis (1994, p. 222).

Os estereótipos de gênero, de acordo com D'Amorim (1997), estão relacionados à atribuição dos papéis sociais dos homens e das mulheres. Nesse sentido, observamos a partir da cobertura do oito de março quais discursos ainda reforçam a partir de generalizações, opiniões e preconceitos discriminações contra as mulheres, quais papéis elas devem ocupar na sociedade. Em 2020, o jornal *Folha de São Paulo* publicou uma matéria no dia oito de março (Figura 33), com o título "Mulheres trans brigam para poder continuar na ativa nas Forças Armadas". O texto assinado pela repórter Júlia Barbon traz o relato de Maria Luiza da Silva, "primeira militar do Brasil a fazer a transição física de gênero masculino para o feminino" (BARBON, 2020) e Bruna Benevindes, ambas mulheres trans.

Figura 33 – Print da matéria no site da Folha

Fonte: Barbon (2020).

A matéria destaca no início trechos da transgeneridade da cabo Maria Luiza que foi desligada de suas funções que exercia há 22 anos na FAB. O diagnóstico funciona de modo

semelhante ao “exame” que segundo Foucault (1988) “é um controle normalizante, uma vigilância que permite qualificar, classificar e punir” (p. 209), o sujeito por meio de sanções normalizadoras.

De acordo com a repórter Júlia Barbon (2020), a militar foi a primeira a “ser aposentada contra sua vontade” após o diagnóstico. No laudo divulgado na matéria, observamos que o uso de adjetivos como “incapaz” contradiz com o restante do diagnóstico, uma vez que logo em seguida é ressaltado que a cabo “não é inválido”, “não está impossibilitado total e permanentemente” (BARBON, 2020). Verificamos, ainda, nesse trecho do laudo médico que o uso do pronome de tratamento no masculino, reforça algumas das práticas excludentes nos discursos a partir da opressão de gênero, que é ao mesmo tempo produto e reflexo da linguagem.

A matéria cita que apesar do respaldo jurídico, a entrada de mulheres trans em serviços militares no Brasil ainda é marcada por normas rígidas. A principal, é que algumas funções só podem ser exercidas por homens. Para contestar essas normas, Barbon (2020) explica que entre os dispositivos que garantem às mulheres trans o exercício militar está a “aprovação da Constituição de 1988 e a autorização de cirurgias para pessoas transgêneras pelo Conselho Federal de Medicina em 1977” (BARBON, 2020). Segundo a matéria, a União alegou que apenas seguiu normas que regem o serviço militar no Brasil, que, no caso das duas fontes ouvidas na matéria, o concurso prestado por elas, o corpo de Praças Armadas, só aceita homens (BARBON, 2020).

Nesse sentido, as subjetividades são fabricadas por meio de normas rígidas de gênero que tornam a sexualidade tanto alvo do poder disciplinar, quanto de biopolítica, que se constitui de acordo com Foucault (1988) a partir de técnicas diversas para sujeição dos corpos e dos sujeitos. Verificamos que a menção aos estereótipos de gênero na cobertura do oito de março, pelos jornais e revistas, corresponde a matérias que reproduzem apenas os discursos e outras que, a partir de uma análise mais ampla, contestam esses estereótipos.

Em 2017, observamos que a matéria publicada pela *Veja* não contesta o estereótipo que associa a feminilidade à fragilidade. Em 2018, a revista ao mencionar a penalização de uma mulher iraniana, não refuta a aplicação da pena. Observamos ainda que, em 2019, a revista *Veja* classifica o discurso de Putin como “nada sensível” (PUTIN: MULHER PRECISA..., 2019) e ainda destaca que em uma “espécie de autocrítica” o político admite não ser digno das mulheres.

Verificamos, em 2020, a matéria publicada pela Folha de S. Paulo que estereótipos de gênero são classificados como “contraditórios”, uma vez que Júlia Barbon apresenta ao leitor uma série de informações que contestam a exclusão de mulheres trans nos serviços militares do Brasil. Portanto, nessa recorrência verificamos um posicionamento dos jornais, no âmbito do

interesse público de reproduzir ou contestar de maneira superficial os estereótipos fabricados por meio de sistemas simbólicos que funcionam como meio de exclusão social da mulher.

5.7 VINCULAÇÃO DA MULHER AO LAR

Nesta recorrência enunciativa, verificou-se a publicação de 39 matérias nos quatro anos de análise com discursos que ainda associam a posição social da mulher como "rainha do lar", conforme Buitoni (2009), e "anjo do lar", termo utilizado por Virginia Wolf (2018) para explicar o ideal de domesticidade a que as mulheres são submetidas. Observamos que, na cobertura de 2017, os veículos analisados repercutiram o discurso do presidente Michel Temer no dia oito de março.

Com o título "Tenho plena convicção do quanto a mulher faz pelo lar, diz Temer" (Figura 34), a revista *Exame* publicou na data uma matéria que repercute a fala do político. Ao afirmar que as mulheres têm grande participação na economia por indicarem os "desajustes de preços no supermercado" e por detectarem "eventuais flutuações econômicas pelo orçamento doméstico" (TENHO PLENA CONVICÇÃO..., 2017). Ainda de acordo com a matéria, Temer chegou a enfatizar ter "convicção do quanto a mulher faz pela casa" e qual a relevância feminina na formação dos filhos. Nessa recorrência, analisamos o discurso de Temer a partir do conceito de "corpos dóceis" proposto por Foucault (1987) em sua obra "Vigiar e Punir".

De acordo com o filósofo, o corpo é investido, manipulado e modelado, "[...] preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações" (FOUCAULT, 1987, p. 163). De forma semelhante, a docilização do corpo feminino corresponde às atribuições sociais limitadas aos papéis de esposa, mãe e dona de casa. É a partir desse controle minucioso do corpo que ocorrem as formas de sujeição a partir do que Foucault (1987) denomina de disciplina.

O discurso de Temer também foi tema de uma matéria do *El País* com o título "Temer reduz papel da mulher à casa e é alvo de protestos nas redes sociais", publicada no dia nove de março, um dia após sua declaração na cerimônia pelo Dia Internacional da Mulher (Figura 35). O texto, assinado pela repórter Flávia Marreiro, aponta que as declarações do político,

> [...] destoam de outros momentos do discurso dele próprio no evento e da campanha majoritária no Dia da mulher, que ressalta a luta pela igualdade de direitos, de salários e contra a discriminação e estigmatização, que liga o cuidado com a casa e aos filhos ao gênero feminino" (MARREIRO, 2017).

O discurso de Temer destoa da sua campanha de acordo com Marreiro, na qual “prega-se a emancipação feminina; mas na verdade trata-se de um processo que continua coisificando a mulher, nos moldes que se funda”, conforme explica Buitoni (2009).

Figura 34 – Print da matéria no site da Exame

Fonte: Tenho Plena Convicção... (2017).

Figura 35 – Print da matéria no site do El País

Fonte: Marreiro (2017).

Discursos enviesados pelo machismo e reproduzido em dispositivos que operam com poder assumiram um lugar de destaque nas discussões sobre gênero, uma vez que foram naturalizados por uma estrutura patriarcal e precisam ser desconstruídos. Lauretis (1994)

explica que a construção de gênero também se faz por meio de sua desconstrução, onde em qualquer discurso, feminista ou não, a representação feminina dever ser pensada para além narrativas culturais.

Em 2018, constatamos na cobertura da revista *Exame*, uma matéria que apresenta dados sobre a desigual divisão de tarefas, que atrelam as atividades domésticas às mulheres. Com o título "Mulheres trabalham 72% a mais do que homens em tarefas domésticas" (Figura 36), o texto da repórter Luiza Calegari apresenta um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), que mostra a diferença da participação feminina e masculina em relação as atividades do lar e os cuidados com a família. De acordo com Calegari (2018), "enquanto os homens gastam 10,5 horas por semana com esse tipo de tarefa, as mulheres despendem 18,1 horas todas as semanas com o cuidado doméstico".

Figura 36 – Print da matéria no site da Exame

Fonte: Calegari (2018).

A normalização desses processos é ainda mais sutil quando se trata de mulheres negras. A matéria aponta que "as mulheres negras dedicam aos afazeres domésticos quase uma hora semanal a mais que as brancas e em média oito horas a mais do que os homens negros" (CALEGARI, 2018). De acordo com Silva (2014), a raça e o gênero produzem novas formas de identificação social. Nesse sentido, a representação da mulher negra está inserida a um "determinado grupo oprimido ou marginalizado" (p. 35), que se exterioriza no campo da identidade e diferença a partir de relações hierárquicas.

A matéria explica que dentre as regiões brasileiras, o Nordeste é onde se encontra a situação mais dramática para as mulheres, em relação aos cuidados com a casa. Elas desempenham 19,5 horas, quase 80% a mais que os homens em atividades domésticas. Nesse contexto, percebe-se que cada vez mais marcadores como gênero, raça, etnia estão ligados a sistemas representacionais e possuem estreitas "conexões com relações de poder" (SILVA, 2014, p. 97), no interior estratégias específicas da subjetivação feminina.

Em 2019, no dia sete de março, a revista *IstoÉ* publicou, em sua cobertura do Dia Internacional da Mulher, uma matéria com o título "ONU: Igualdade entre os sexos só é possível se homens ajudarem mais em casa". A matéria apresenta dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT) que mostram que a disparidade profissional entre homens e mulheres está relacionada a diversos fatores e "o mais pesado é a criação dos filhos" (ONU: IGUALDADE ENTRE..., 2019). Dentro dos sistemas simbólicos e de representação, que historicamente delegaram às mulheres os cuidados com a casa e com os filhos, o movimento feminista e a teoria *queer*, conforme argumenta Silva (2014), "contribuem de forma decisiva, para o questionamento das oposições binárias — masculino/feminino" (p. 89) nas quais se fundamentam a divisão sexual do trabalho a partir da marcação das identidades de gênero.

Como argumento para essa desigualdade, a matéria aponta uma "penalidade profissional em razão da maternidade" já que quanto mais homens estiverem envolvidos com cuidados domésticos, mais mulheres estarão empregadas em cargos de chefia (Figura 37).

Figura 37 – Print da matéria no site da IstoÉ

Fonte: ONU: Igualdade entre... (2019).

De acordo com Buitoni (2009), uma das características da representação feminina é a predominância de temas tradicionais resumidos em itens como “moda, beleza, culinária e decoração”. Nesse sentido, percebe-se que o tratamento da mulher na cobertura do oito de março é “produto da divisão de classes e de suas sequelas morais, culturais, estéticas” (BUITONI, 2009, p. 25), que ainda insiste nos papéis femininos tradicionais, limitados à esfera doméstica. Ainda em 2019, observamos na cobertura da revista *Exame* a publicação de uma matéria com o título “Eurodeputado: ‘Mulher deve fazer tarefa de mulher, e homem, de homem”. Apesar de não especificar quais tarefas são essas, compreendemos que discursos como esses reproduzidos por homens são produtos da marcação da diferença e da exclusão, conforme explica Silva (2014).

Na matéria são apresentados trechos do discurso de Stanislao Zoltek, político de extrema direita na Polônia que diz acreditar “que obrigar as mulheres a desempenhar tarefas de homem e os homens a fazer as da mulher não ajuda. Prefiro a situação em que as mulheres são mulheres e os homens, homens” (EURODEPUTADO: ‘MULHER’ DEVE..., 2019). De acordo com a matéria, o discurso de Stanislao Zoltek foi rebatido pela política espanhola Eider Gardiazabal, que argumentou não existir “trabalhos de homens e trabalhos de mulheres” o que deve existir é a igualdade de oportunidades.

Essa limitação em compreender que o papel social da mulher não pode ser resumido a termos como “dona de casa”, “anjo do lar” ou “rainha do lar” contribui novamente para o surgimento de discursos que não permitem a liberdade de ação feminina fora da esfera doméstica. Em 2020, os jornais e revistas analisados repercutiram a declaração do presidente Jair Bolsonaro, na cerimônia de comemoração pelo Dia da Mulher (Figura 38).

Figura 38 – Print da matéria no site da IstoÉ

Fonte: 'A mulher sábia... (2020).

A matéria da *Exame* apresenta a problemática visão de um homem dentro de um sistema heteropatriarcal, que utiliza a passagem bíblica "a mulher sábia edifica o lar", como narrativa que demarca as posições pré-estabelecidas pelo binarismo virilidade e feminilidade, para legitimar o seu discurso. O texto publicado pela *Exame* não aprofunda o tema ao público leitor, no entanto, é possível observar que as homenagens às mulheres ainda estão associadas aos seus papéis como mãe, esposa e dona de casa. De acordo com Gergen (1993), esse sistema se articula na posição "estruturalmente periférica das mulheres em relação ao sistema de direitos e deveres quanto a pessoas ou coisas" baseado na "desvalorização simbólica da mulher" (p. 72).

Durante a cobertura do oito de março, entre 2017 e 2020, observamos a publicação de matérias que reforçam e outras que questionam a atribuição das tarefas domésticas a partir de uma divisão sexual do trabalho. São textos sobre a inviabilização e não-remuneração das tarefas domésticas e dos cuidados com a família, um predomínio do fundamento religioso como o discurso de Bolsonaro no Dia da Mulher em 2020, que, como explica Saffioti (1987), objetiva-se instaurar dentro dos sistemas representacionais a "crença de que este papel sempre foi desempenhado por mulheres" (p. 11). Coube então à crítica feminista investigar essas afirmações totalizantes a partir das falsas representações da feminilidade. Nesse sentido, verificamos, ainda, que os jornais analisados reproduziram em sua cobertura do oito de março, os enunciados "tenho plena convicção do quanto a mulher faz pelo lar", "a mulher sábia edifica o lar" sem uma análise aprofundada do tema, destacando-se apenas determinados fragmentos do discurso dos políticos, segundo uma lógica enunciativa. Observamos também que um dia

após a declaração de Michel Temer, a revista Carta Capital publicou no dia nove de março de 2017, uma matéria intitulada “Michel Temer e sua “homenagem” no Dia Internacional da Mulher, que contextualiza de maneira crítica o pronunciamento do político.

De acordo com a matéria não assinada, ao “homenagear” as mulheres, o político reduziu seu papel social aos cuidados com os filhos e aos afazeres domésticos. Na matéria, é apresentada uma ordem cronológica do discurso de Michel Temer, classificado pela *Carta Capital* como uma “gafe” que “causou desconforto na plateia, de composição majoritariamente feminina com a presença de servidoras e deputadas federais” (MICHEL TEMER E…, 2017). A matéria ainda destaca que o governo de Michel Temer, na ocasião, era “quase exclusivamente masculino” e, ao comentar a empregabilidade das mulheres, o político constata que “graças a Deus” existem mais oportunidades do que “no passado”.

Para contrapor essa afirmação de Temer, a matéria apresenta ao leitor dados que mostram a desigualdade na divisão sexual do trabalho, que é “executado por 88% das mulheres, mas apenas por 46% dos homens, é, atualmente, uma grande reivindicação por parte das mulheres, uma vez que a assimetria costuma prejudicar a trajetória feminina” (MICHEL TEMER E…, 2017). Nesse sentido, conforme explica Teles (2003), ao se colocar a serviço da pauta feminista, os jornais “[…] trouxeram para o debate, ainda incipiente, a necessidade da transformação econômica e social, para que as condições de vida e trabalho de ambos os sexos se tornassem adequados” (p. 91). Observamos ainda, que ao problematizar o discurso de Michel Temer, a *Carta Capital* pauta seu posicionamento editorial no âmbito político com uma abordagem que avança na discussão sobre os direitos das mulheres.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise, podemos concluir que os jornais e revistas brasileiros analisados, têm tratado o oito de março a partir de reportagens com temas, relacionados à demanda do movimento das mulheres. Verificamos que esses discursos abordam a violência doméstica, a desigualdade salarial e dão visibilidade às mobilizações e movimentos organizados pelas mulheres por igualdade e em busca do empoderamento feminino. Observamos a publicação de reportagens com essas temáticas com maior recorrência pela revista *Claudia* com 26 matérias sobre empoderamento feminino, *Uol* com a publicação de 33 matérias sobre militância feminina e *G1* com a publicação de 25 matérias sobre violência doméstica. Compreendemos, ainda, que a visibilidade desses discursos na cobertura do oito de março pelo jornalismo legitima algumas representações e concomitantemente excluem outras.

Verificamos que alguns dos veículos estudados abordaram temas que reproduziram discursos com estereótipos. Nesse sentido, observamos nessas reportagens, que os discursos privilegiam modelos culturais que as mulheres devem seguir. São discursos que visam a um controle do corpo feminino como a reportagem *Putin: mulher precisa de aparelho de ginástica, massagista e pretendente*, publicada pela *Veja* em 2019, ou ainda, aqueles que associam aparência física e personalidade com temperamento como a do Uol, de 2019, *Vereador gaúcho critica ação anti-assédio: "mulher decente não dá problema"*. São discursos machistas, sexistas, ancorados em um sistema que visa determinar quais espaços as mulheres podem ocupar como na *Exame*, em 2017, com a matéria *Tenho convicção do quanto a mulher faz pelo lar, diz Temer*, e na *IstoÉ*, em 2020, com *A mulher sábia edifica o lar, cita Bolsonaro em referência ao Dia da Mulher*, que não contestam essas posições determinadas para as mulheres. Nesse sentido, observamos que esses discursos são fabricados, conforme explica Silva (2014, p. 40), "[...] por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social" das mulheres.

Esse tratamento pôde ser observado a partir das recorrências enunciativas analisadas em matérias no período de 2017 a 2020. Observamos que os 14 portais jornalísticos publicaram, em sua cobertura da data, reportagens com os seguintes enunciados: Violência contra a Mulher, com dados e apresentação de dispositivos legislativos que visam coibir as mais variadas formas de violência de gênero; Mercado de Trabalho, com destaque para dados que mostram a desigualdade salarial entre homens e mulheres; Empoderamento Feminino, com discursos que exaltam a liberdade feminina, a liderança e participação das mulheres na sociedade; Militância Feminina, que corresponde ao movimento das mulheres sobre as mais variadas pautas. Nesta

última recorrência, observamos matérias que contestam a forma como os corpos femininos são enxergados como “mercadoria”, bem como a violência de gênero, a falta de políticas públicas específicas para as mulheres, a desigualdade salarial, o racismo, a gordofobia, entre outras demandas.

A partir desses enunciados,os jornais e revistas analisados evidenciaram, temas que contribuem para novos entendimentos sobre as demandas do movimento das mulheres. No entanto, constatou-se que alguns dos enunciados reproduzidos por esses veículos não estão alinhados ao feminismo, mas devem ser problematizados, como discursos estereotipados sobre as mulheres, vinculação da mulher ao lar e apropriação da data pela publicidade. Esses discursos estão relacionados a sistemas simbólicos que visam à exclusão e à submissão feminina. Verificou-se que essas temáticas compreendem um processo cultural e social que historicamente classifica as mulheres como "frágeis", e que engrandece “as virtudes domésticas e qualidades “femininas”, conforme explica Buitoni (2009, p. 47).

Observamos que, entre os 14 veículos midiáticos analisados, a revista *Exame* e a revista *Claudia* foram as que mais exploraram as pautas menos alinhadas ao movimento das mulheres, a partir de temas como “Publicização da Data” com 29 matérias e 31 matérias publicadas entre 2017 a 2020, respectivamente. Com o tema “Vinculação da Mulher ao Lar”, verificamos que a *Exame* foi o veículo que mais explorou a temática em sua cobertura do oito de março com a publicação de sete reportagens entre 2017 a 2020. Já com o tema "Estereótipos de Gênero”, constatamos que a revista *Carta Capital* abordou esses discursos, em nove reportagens na cobertura da data. Ainda, observamos que por ter uma linha editorial mais crítica, a revista contestou esses estereótipos em suas matérias.

Verificamos que, dos 14 veículos de comunicação analisados, as reportagens não apresentam apenas uma recorrência enunciativa, mas, frente ao grande volume de matérias e por meio de seus critérios de hierarquização dos fatos, os jornais e revistas selecionaram e abordaram variados temas em sua cobertura do oito de março.

Ainda podemos observar que alguns desses enunciados foram apenas reproduzidos, enquanto outros foram problematizados, o que permitiu ao leitor um olhar crítico acerca desses discursos. Nesse sentido, entendemos que o jornalismo não apenas veicula e reproduz esses enunciados, mas, como aponta Fischer (2020), “produz significados e sujeitos”. Dessa forma, percebe-se que a produção e veiculação desses discursos contribuem para a formação de uma consciência coletiva acerca dos direitos das mulheres, bem como implicam questões mais abrangentes em torno da luta pela igualdade.

Constatamos ainda que, apesar dos jornais e revistas analisados investirem em temas relevantes para uma representação feminina, alguns veículos pautaram a cobertura do Dia da Mulher em temas tradicionais, como aponta Buitoni (2009, p. 25), resumidos a itens como "moda, beleza, culinária, decoração, comportamento, celebridades", que aparecem nas matérias de revistas destinadas ao público feminino, como a revista Claudia e a Marie Claire. Esses temas estão relacionados à forma como o oito de março ainda é apropriado pela imprensa feminina com foco na publicidade e marketing.

Entre os enunciados que receberam mais atenção na cobertura do oito de março de 2017 a 2020 estão Militância Feminina, seguido de Publicização da Data, Violência contra a Mulher e Mercado de Trabalho, temas que aparecem em todos os veículos analisados e em mais de uma reportagem, durante o período analisado. Nesse contexto, observamos uma mudança na cobertura da data, sobretudo relacionada à forma como esses temas foram tratados pelo jornalismo. Apesar dessa mudança no tratamento desses temas, verificamos a presença marjoritária de repórteres do sexo masculino assinando as matérias sobre o oito de março, o que evidencia a importância da igualdade de gênero também na imprensa.

A partir da análise, foi evidenciado que o *Uol* foi o veículo com mais reportagens que apontam a necessidade do avanço do debate em torno das reivindicações das mulheres. A *Carta Capital* é a que, apesar não ter um elevado número de reportagens, conta com conteúdos que defendem os direitos das mulheres. A *Exame, Veja, Istoé e Claudia* são as que reproduzem nas matérias conteúdos que pouco avançam na luta por igualdade.

Nesse sentido, consideramos que a cobertura do Dia da Mulher está pautada nas demandas sociais, em acontecimentos políticos e sociais, que conforme explica Álvarez González (2010, p. 152) devem ser enquadrados em "um contexto histórico e ideológico muito mais amplo", com temas e representações que estabelecem processos de subjetivações. Ao pensarmos o jornalismo como um dispositivo que produz maneiras de se compreender o oito de março, verificamos que os processos de subjetividades são sempre históricos e que, portanto, obedecem a técnicas e estratégias discursivas por meio das quais a mulher é representada no jornalismo.

Como um espaço em que subjetividades são formadas, o jornalismo representa um importante dispositivo por colaborar com a produção de enunciados que questionam as relações sociais entre homens e mulheres, e contribui para a redefinição do papel das mulheres na sociedade, a partir de novas visibilidades.

REFERÊNCIAS

A MULHER sábia edifica o lar, cita Bolsonaro em referência ao Dia da Mulher. **Revista IstoÉ**, São Paulo, 8 mar. 2020. Disponível em: https://www.istoedinheiro.com.br/a-mulher-sabia-edifica-o-lar-cita-bolsonaro-em-referencia-ao-dia-da-mulher/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo? E outros ensaios**. Santa Catarina: Argos, 2009.

ÁLVAREZ GONZÁLEZ, Ana Isabel. **As origens e a comemoração do dia internacional das mulheres**.São Paulo: Editora Expressão popular, 2010.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

ANDRADE, Tatiana Carilly Oliveira. **O saber do jornalismo.** 2015. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2015. Disponível em: < http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/bitstream/tede/726/1/TATIANA%20CARILLY%20OLIVEIRA%20ANDRADE.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2022.

BARBON, Júlia. Mulheres trans brigam para poder continuar na ativa nas Forças Armadas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/03/mulheres-trans-brigam-para-poder-continuar-na-ativa-nas-forcas-armadas.shtml>.Acesso em: 13 Abr. 2022.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLDRINI, Angela. Bancada feminina amplia presença em postos de poder, mas desigualdade persiste no Congresso. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bancada-feminina-amplia-presenca-em-postos-de-poder-mas-desigualdade-persiste-no-congresso.shtml>. Acesso em: 13 Abr, 2022.

BRANDÃO, Margarida Luiza; BINGEMER, Maria Clara L. **Mulher e relações de gênero**. São Paulo: Loyola, 1994.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 1988.

BRASIL. **Consolidação das leis do trabalho:** CLT e normas correlatas. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2017.

BRASIL. **Lei Maria da Penha**. 6. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019.

BRASIL. **Violência por parceiro íntimo contra homens e mulheres no Brasil**: dados da Vigilância de Violências e Acidentes. Brasília: Ministério da Saúde, v. 51, n. 49, dez. 2020. Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/boletins-epidemiologicos/2020/boletim_epidemiologico_svs_49.pdf. >.Acesso em: 13 de Abr.2022.

BUITONI, Dulcília Schoroeder. **Mulher de papel:** a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CALEGARI, Luiza. Mulheres trabalham 72% a mais do que homens em tarefas domésticas. **Revista Exame**, Rio de Janeiro, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://exame.com/brasil/mulheres-trabalham-73-a-mais-do-que-homens-em-tarefas-domesticas/>. Acesso em: 13 Abr. 2022.

CARDOSO, Daiene. Psol entra com ação no STF para descriminalizar aborto até 12º semana. **Estadão**, Brasília, 7 mar. 2017. Disponível em: https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,psol-entra-com-acao-no-stf-para-descriminalizar-o-aborto-ate-12-semana-de-gestacao,70001690371>.Acesso em: 13 Abr.2022.

CARNEIRO, Adriana Jacob. **Gênero e mídia**: a cobertura do Dia Internacional da mulher. 2011. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/8679>. Acesso em: 10 maio 2022.

CARNEIRO, Suelaine. **Mulheres Negras e Violência Doméstica**: Decodificando os números. São Paulo: Geledés Instituto da Mulher Negra, 2017.

COMISSÃO INTERAMERICANA DE DIREITOS HUMANOS- OEA. **Convenção interamericana para prevenir, punir e erradicar a violência contra a mulher, "Convenção de Belém do Pará"**. 1994. Disponível em: < http://www.cidh.org/basicos/portugues/m.belem.do.para.htm> Acesso em: 22 mar 2022.

CORDEIRO, Felipe. No Dia da Mulher, jovem é morta a facadas pelo marido na Grande SP. **Veja**, 9 mar. 2018. Disponível em: <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,no-dia-da-mulher-jovem-e-morta-a-facadas-pelo-marido-em-itaqua,7000222099> Acesso em: 13 abr. 2022.

D'AMORIM, Maria Alice. Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 3, p. 121-134, jan. 1997. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X1997000300010>. Acesso em: 10 maio 2022.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DEPUTADO diz que mulheres devem ganhar menos: "são mais fracas". **Revista Veja**, São Paulo, 3. mar. 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/deputado-diz-que-mulheres-devem-ganhar-menos-sao-mais-fracas/>.Acesso em: 14 abr. 2022.

DIA da Mulher: peças bem girl power para celebrar a data. **Revista Marie Claire**, São Paulo, 5 mar. 2020. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2020/03/dia-da-mulher-pecas-bem-girl-power-para-celebrar-data.html>. Acesso em: 14 abr. 2022.

EFRAIM, Anita; POLLO, Luiza.‘Trans é o rótulo que a sociedade nos coloca, eu sou uma mulher’, diz ativista. **Estadão**, São Paulo, 8 mar. 2017. Disponível em: <https://emais.estadao.com.br/noticias/comportamento,trans-e-o-rotulo-que-a-sociedade-nos-coloca-eu-sou-uma-mulher-diz-ativista,70001691966>. Acesso em: 14 abr. 2022.

FERNANDES, Nayara. Falar de empoderamento é fácil, mas falta ação, diz CEO de app para mulheres. **R7.com**, São Paulo, 8 mar. 2020. Disponível em: <https://lifestyle.r7.com/falar-de-empoderamento-e-facil-mas-falta-acao-diz-ceo-de-app-para-mulheres-08032020>. Acesso em: 14 abr. 2022.

FERREIRA, Afonso. Vereador gaúcho critica ação anti-assédio: “mulher séria não dá problema”. **UOL**, São Paulo, 9 mar. 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/03/09/vereador-gaucho-critica-acao-anti-assedio-mulher-decente-nao-da-problema.htm>. Acesso em: 14 abr. 2022.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. **Educação & Realidade**, Porto Alegre. v. 22, n. 2, p. 59-79, jul./ dez. 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71363>. Acesso em: 10 maio 2022.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e Produção do Sujeito: O Privado em Praça Pública. *In:* FONSECA, Tania Mara Galli; FRANCISCO, Deise Juliana. **Formas de ser e Habitar a Contemporaneidade**. Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS, 2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: Modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1517-97022002000100011>. Acesso em: 10 maio 2022.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Trabalhar com Foucault:** arqueologia de uma paixão. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2019**. São Paulo: FBSP, 2019. Disponível em: <https://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/10/Anuario-2019-FINAL_21.10.19.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2022.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2020.** São Paulo: FBSP, 2020. Disponível em: <http://www.forumseguranca.org.br>. Acesso em: 02 mar. 2022.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade III**: O cuidado de si. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: edições Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. *In:* DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**: para além do estruturalismo e da hermenêutica. 2. ed. Rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

FOUCAULT, Michel. **Subjetividade e verdade**: curso no Collège de France (1980-1981). São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2016.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.

GARCIA, Karen. Apenas 30% das mulheres LGBT se assumem em ambiente de trabalho, diz pesquisa. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 mar. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/celina/apenas-30-das-mulheres-lgbt-se-assumem-em-ambiente-de-trabalho-diz-pesquisa-24292694>. Acesso em: 14 abr. 2022.

GERGEN, Mary MCCANNEY. **O pensamento feminista e a estrutura do conhecimento**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos Edunb, 1993.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Márcio Souza. Subjetividade, livros e o poder da mídia. *In:* COUTINHO, Eduardo Granja; FREIRE FILHO, João; PAIVA, Raquel (Orgs.). **Mídia e poder:** ideologia, discurso e subjetividade Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 133-147.

GONÇALVES, Mariana. Quem é Ilhan Omar e como ela se tornou uma das principais faces do partido Democrata. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/quem-ilhan-omar-como-ela-se-tornou-uma-das-principais-faces-do-partido-democrata-23507560>. Acesso em: 14 abr. 2022.

INCOMODADO com som da TV, homem mata companheira em Minas Gerais. **Revista Veja**, São Paulo, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/incomodado-com-o-som-da-tv-homem-mata-companheira-em-mg/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. **Estatísticas de Gênero:** Indicadores sociais das mulheres no Brasil**.** 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_notas_tecnicas.pdf>. Acesso em 22 de mar. 2022.

IRANIANA pega dois anos de prisão por tirar o véu em público. **Revista Veja**, São Paulo, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/iraniana-pega-dois-anos-de-prisao-por-tirar-o-veu-em-publico/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 1. ed. São Paulo: Ática, 2011.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. *In:* HOLLANDA, Heloisa (Org.). **Tendências e impasses:** o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Recuo, 1994, p. 206-242.

LAZZERI, Thais. Guerreiras da Floresta enfrentam madeireiros. **Revista Claudia**, São Paulo, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/noticias/guerreiras-da-floresta-enfrentam-madeireiros/>.Acesso em: 14 abr. 2022.

MACHADO, Roberto. **Foucault, a ciência e o saber**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática 1986.

MARCONI, Marian de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARREIRO, Flávia. Temer reduz papel da mulher à casa e é alvo de protestos nas redes sociais. **El País**, São Paulo, 9 mar. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/08/politica/1489008097_657541.html>. Acesso em: 13 abr. 2022.

MICHEL Temer e sua "homenagem" no Dia Internacional da Mulher. **Revista Carta Capital**, São Paulo, 9 mar. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/michel-temer-e-sua-homenagem-no-dia-internacional-da-mulher/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOREIRA, Diego Gouveia. **Cultura participativa na TV Globo**: Governo da audiência a partir dispositivos midiáticos de participação. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

MULHERES ganharam 20,5% menos que os homens em 2018, diz IBGE. **Revista Exame**, Rio de Janeiro, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://exame.com/economia/mulheres-ganharam-205-menos-que-os-homens-em-2018-diz-ibge/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

OMS. **Relatora da ONU recebe informações sobre violência contra mulheres durante crise de COVID-19**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/relatora-da-onu-recebe-informacoes-sobre-violencia-contra-mulheres-durante-crise-de-covid-19/>. Acesso em: 02 mar. 2022.

ONU: Igualdade entre os sexos é possível se homens ajudarem mais em casa. **Revista IstoÉ**, São Paulo, 7 mar. 2019. Disponível em: <https://exame.com/mundo/onu-igualdade-entre-sexos-e-possivel-se-homens-ajudarem-mais-em-casa/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Princípios de empoderamento das mulheres.** Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

PELEGRINI, Maurício A. Foucault, feminismo e revolução. *In:* ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA, 21., 2012, Campinas. **Anais** [...]. São Paulo: ANPUH-SP, 2012. p. 1-12. Disponível em: http://www.encontro2012.sp.anpuh.org/site/anaiscomplementares#M. Acesso em: 14 abr. 2022.

PUTIN: mulher precisa de aparelho de ginástica, massagista e pretendente. **Revista Veja**, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/putin-mulher-precisa-de-aparelho-de-ginastica-massagista-e-pretendente/>.Acesso em: 14 abr. 2022.

PUTTI, Alexandre. Para Damares, meninos têm que aprender a dar flores às meninas. **Revista Carta Capital**, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/para-damares-meninos-tem-que-aprender-a-dar-flores-as-meninas/>.Acesso em 14 abr. 2022.

QUASE 6 milhões de espanhóis apoiaram greve feminista. **Revista Exame**, Madri, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://exame.com/mundo/quase-6-milhoes-de-espanhois-apoiaram-greve-feminista/>.Acesso em: 14 abr. 2022.

ROLIM, Lilian Nogueira. A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro. **Revista Carta Capital**, São Paulo, 8 mar. 2018. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/blogs/brasil-debate/a-insercao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho-brasileiro/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

ROMANO, Giovana. Damares quer ensinar meninos a 'levar flores e abrir a porta' para meninas. **Revista Veja**, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/damares-quer-ensinar-meninos-a-levar-flores-e-abrir-a-porta-para-meninas/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

SAFFIOTI, Heleieth I. B. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987.

SARDENBERG, Cecília Maria Bacellar; COSTA, Ana Alice. Feminismo, feministas e movimentos sociais. *In:* BRANDÃO, Margarida Luiza R.; BINGEMER, Maria Clara L. (Orgs.). **Mulher e relações de gênero**. São Paulo: Edições Loyola, 1994, p. 81-114.

SARDENBERG, Cecília Maria Bacellar. **Conceituando "Emporedamento" na Perspectiva Feminista**. 2006. Trabalho apresentado no I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres – Projeto TEMPO da NEIM/UFBA, 1., Salvador.

SCORCE, Carol. 8 de março: ato em SP engrossa protestos contra Reforma da Previdência. **Revista Carta Capital**, São Paulo, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/diversidade/8m-deve-abrir-agenda-de-protestos-contra-a-reforma-da-previdencia/>.Acesso em: 14 abr. 2022.

SCOTT, Joan Wallach. **Gênero**: uma categoria útil de análise histórica. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez. 1995, p.71-99.

SILVA, Sarah Dantas do Rego. **O que há de regional na programação do jornal hoje?** Representatividade do Nordeste na mídia nacional. 2018. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2018.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TELES, Maria Amélia de Almeida**. Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

TENHO plena convicção do quanto a mulher faz pelo lar, diz Temer. **Revista Exame**, Rio de Janeiro, 8. mar. 2017. Disponível em: <https://exame.com/brasil/tenho-conviccao-do-quanto-a-mulher-faz-pelo-lar-diz-temer/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TOURAINE, Alain. **O mundo das mulheres**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, Nélson. **Teorias do jornalismo I**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

UMA em cada três brasileiras foi vítima de violência em 2016. **Revista Veja**, São Paulo, 8 mar. 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/uma-em-cada-tres-brasileiras-foi-vitima-de-violencia-em-2016/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

VEREADORES de SP se comprometem a equilibrar homenagens a equilibrar homenagens a homens e mulheres. **Revista IstoÉ**, São Paulo, 8 mar. 2017. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/vereadores-de-sp-se-comprometem-a-equilibrar-homenagens-a-homens-e-mulheres/>.Acesso em: 13 abr. 2022.

VOGEL, Daisi Irmgard. Sobre Foucault e o jornalismo. **Verso e reverso**, São Leopoldo, v. 23, n. 53, ago. 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/5777>. Acesso em: 14 abr. 2022.

WARKEN, Júlia; NASCIMENTO, Guta; ABRIL, Thiago. É sobre misoginia: homicídio de mulheres cai, mas feminicídio aumenta. **Claudia**, São Paulo, 5 mar. 2020. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/sua-vida/e-sobre-misoginia-homicidio-de-mulheres-cai-mas-feminicidio-aumenta/> Acesso em: 13 abr. 2022.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 2001.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

WOOLF, Virginia. **Profissões para mulheres e outros artigos feministas**. Porto Alegre: L&PM, 2018.

WURMEISTER, Fabíula. Instalação de cílios em semáforos de Curitiba provoca polêmica nas redes sociais. **G1**, Curitiba, 8 mar. 2018. Disponível em:

<https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/instalacao-de-cilios-em-semaforos-de-curitiba-provoca-polemica-nas-redes-sociais.ghtml>.Acesso em: 14 abr. 2022.

ZANI, Denise. Uma em cada duas mulheres trabalhadoras tem um emprego sem garantia de direitos. **El País**, Madri, 8 mar. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/06/internacional/1488809657_644240.html> Acesso em: 13 abr. 2022.