



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

JÉSSICA FERNANDA SANTOS DE SOUSA

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA NA MÍDIA - ESTUDO
COMPARATIVO DOS PERFIS DE GLÓRIA STEINEM E TAYLOR SWIFT**

CAMPINA GRANDE - PB

2025

JÉSSICA FERNANDA SANTOS DE SOUSA

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA NA MÍDIA - ESTUDO
COMPARATIVO DOS PERFIS DE GLÓRIA STEINEM E TAYLOR SWIFT**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento de
Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Ingrid Farias Fechine

CAMPINA GRANDE - PB

2025

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S725c Sousa, Jessica Fernanda Santos de.

A construção da imagem feminina na mídia - estudo comparativo dos perfis de Glória Steinem e Taylor Swift. [manuscrito] / Jessica Fernanda Santos de Sousa. - 2025.

19 p.

Digitado. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2025. "Orientação : Profa. Dra. Ingrid Farias Fechine , Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Feminismo. 2. Mulher . 3. Midia. 4. Jornalismo . 5. Ativismo. I. Título

21. ed. CDD 070

JESSICA FERNANDA SANTOS DE SOUSA

A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA NA MÍDIA - ESTUDO COMPARATIVO
DOS PERFIS DE GLÓRIA STEINEM E TAYLOR SWIFT

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso
de Jornalismo da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do título de
Bacharela em Jornalismo

Aprovada em: 06/06/2025.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado eletronicamente por:

- **Antonio Roberto Faustino da Costa** (***.779.704-**), em **05/07/2025 09:34:39** com chave **6b0fa4ee599c11f094ec1a7cc27eb1f9**.
- **Ingrid Farias Fechine** (***.929.144-**), em **05/07/2025 09:40:16** com chave **33d1d956599d11f09c0906adb0a3afce**.
- **Orlando Angelo da Silva** (***.478.604-**), em **05/07/2025 20:43:24** com chave **d763967a59f911f0b4d71a7cc27eb1f9**.

Documento emitido pelo SUAP. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://suap.uepb.edu.br/comum/autenticar_documento/ e informe os dados a seguir.

Tipo de Documento: Folha de Aprovação do Projeto Final

Data da Emissão: 05/07/2025

Código de Autenticação: dfa640



SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 MULHER E MÍDIA: HISTÓRICO DE REPRESENTAÇÃO E ATUAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA.....	6
3 GLÓRIA STEINEM: MULHERES NO JORNALISMO.....	8
3.1 Jornalismo ativista.....	8
3.2 Figura pública do movimento feminista.....	9
4 TAYLOR SWIFT: TRAJETÓRIA E CANCELAMENTO MIDIÁTICO.....	11
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
6 REFERÊNCIAS.....	16

A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM FEMININA NA MÍDIA - ESTUDO COMPARATIVO DOS PERFIS DE GLÓRIA STEINEM E TAYLOR SWIFT

THE CONSTRUCTION OF THE FEMININE IMAGE IN THE MEDIA - COMPARATIVE STUDY OF THE PROFILES OF GLÓRIA STEINEM AND TAYLOR SWIFT

Jéssica Sousa

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise comparativa dos perfis de Gloria Steinem e Taylor Swift, figuras públicas que possuem similaridades em relação ao tratamento midiático. A análise explora como cada uma delas utilizou seus meios de influência no aspecto do feminismo. Este estudo se baseia em referenciais teóricos de autores como Beauvoir (1980), em *O Segundo Sexo*, que trata da construção da mulher como "o outro", e Nancy Fraser (1989) que aborda os desafios enfrentados pelas mulheres dentro das esferas públicas. Gustafson (2022) discute o papel do jornalismo na construção da imagem feminina. Além disso, Edgar Morin (1989) desenvolve os conceitos de imagem pública e celebridade, enquanto Chris Rojek (2008) considera a celebridade como um fenômeno sociocultural que envolve poder, influência e representação. A partir dessa análise, observa-se que, embora a presença feminina na mídia tenha se ampliado, as representações ainda carregam estereótipos, tornando figuras como Steinem e Swift centrais para o questionamento e a reformulação dos discursos sobre a mulher no cenário midiático.

Palavras-chave: Feminismo - Mulher - Mídia - Jornalismo - Ativismo

ABSTRACT

This paper presents a comparative analysis of the profiles of Gloria Steinem and Taylor Swift, public figures who have similarities in terms of media coverage. The analysis explores how each of them used their means of influence in the aspect of feminism. This study is based on theoretical references from authors such as Beauvoir (1980), in *The Second Sex*, which deals with the construction of women as “the other”, and Nancy Fraser (1989) who addresses the challenges faced by women within the public sphere. Gustafson (2022) discusses the role of journalism in the construction of the female image. In addition, Edgar Morin (1989) develops the concepts of public image and celebrity, while Chris Rojek (2008) considers celebrity as a sociocultural phenomenon that involves power, influence and representation. From this analysis, it is observed that, although the female presence in the media has expanded, representations still carry stereotypes, making figures such as Steinem and Swift central to the questioning and reformulation of discourses about women in the media scenario.

Keywords: Feminism - Woman - Media - Journalism – Activism

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, as representações femininas na mídia reforçavam ideias antiquadas sobre o papel das mulheres na sociedade, perpetuando a desigualdade de gênero. Com o tempo, as mulheres começaram a se destacar e a desafiar essas representações. Apesar dos avanços, ainda há desafios em relação à representatividade e igualdade de gênero na mídia. Um exemplo significativo é a comparação entre figuras públicas como Gloria Steinem e Taylor Swift que enfrentaram momentos de constrangimento público sob os holofotes midiáticos.

Diante dessa questão, o objetivo geral deste estudo é analisar como as narrativas dessas mulheres na mídia contribuem para a discussão sobre igualdade de gênero e representação midiática. Também surgem algumas questões específicas, como a de realizar análises de como essas representações refletem e perpetuam estereótipos de gênero, de como as narrativas e ações feministas de ambas destacam a importância da visibilidade e do engajamento para o debate sobre o tema, de promover uma reflexão sobre o papel da mídia na reprodução de desigualdades de gênero, e por fim de destacar como essas caracterizações refletem as normas de gênero e o sexismo institucionalizado e presente na sociedade.

A metodologia consiste em um estudo comparativo das narrativas midiáticas acerca de Gloria Steinem e Taylor Swift a partir de uma análise crítica dos recortes e trechos de ideias e argumentos levantados pelas mesmas. Nesse sentido, a pesquisa se apoia em referenciais teóricos como Simone de Beauvoir (1980), que afirma que a mulher é historicamente construída como “o outro”, uma identidade secundária e subordinada ao homem. Nancy Fraser (1989) discute a justiça de gênero a partir da necessidade de reconhecimento e representação. Jéssica Gustafson (2022) evidencia como a mídia frequentemente reforça estereótipos de gênero, ao mesmo tempo em que pode servir como espaço de resistência e visibilidade. Do mesmo modo, Edgar Morin (1989) permite compreender como figuras públicas são transformadas em mitos culturais, e Chris Rojek (2008), analisa o poder simbólico ligado à fama.

A pesquisa possui o foco em investigar como essas personalidades femininas foram representadas. Para isso foi realizado um levantamento do material midiático, tais como matérias, artigos e reportagens, além de análises qualitativas e interpretativas e consideração dos contextos histórico-geracional e plataforma midiática. Por fim, o trabalho explora de que forma as narrativas se complementam, reafirmando como as vozes e ações feministas são importantes para avançar o debate sobre o papel das mulheres na sociedade contemporânea.

2 MULHER E MÍDIA: HISTÓRICO DA REPRESENTAÇÃO E ATUAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA

A mídia surgiu de forma gradual ao longo da história da humanidade. Contudo, com o desenvolvimento da imprensa no século XV, a mídia através dos meios de comunicação de massa passou a desempenhar um papel na formação de opinião pública. Segundo o pesquisador Salimen (2016), essa prática se estabelece a partir do momento em que a sociedade consome as mensagens dos meios de comunicação de massa para formar as suas opiniões. (SALIMEN, 2016)

Na mídia impressa, a imagem da mulher era, frequentemente, retratada de forma que reforçava as normas tradicionais de gênero. Como os estudiosos Pereira e Veríssimo trazem em seu artigo "A presença da mulher na publicidade", as ideologias propagadas pela comunicação de massa são reflexos da sociedade. Deste modo, tal qual o jornalismo, a publicidade transmite ideias, e reflete estereótipos que a sociedade utiliza para entender as questões relacionadas ao gênero. Segundo os pesquisadores, a exploração do corpo da mulher na publicidade já era evidente no século XX a partir das décadas de 40 e 50, já que neste período a mulher surgia na imagem publicitária impressa e posteriormente na televisão usando roupas que acentuavam suas formas corporais, ou então, em poses atrativas para o público. (PEREIRA, VERISSIMO, 2024)

Segundo a teoria de Beauvoir (1980) trabalhada na obra "O segundo sexo" a mulher foi historicamente construída como "o outro". Deste modo, a mulher seria uma identidade subordinada ao homem por meio dessa construção social. Para Beauvoir a qualificação do feminino não é definida por questões biológicas, psíquicas ou econômicas, o fator determinante para qualificar o feminino é o conjunto da civilização no qual o segundo sexo é um produto de intermedio inferior ao masculino ou igual ao castrado.

A teoria de Fraser (1989) aponta que a justiça social depende de dois pilares fundamentais: redistribuição econômica e reconhecimento cultural. Deste modo, no contexto midiático para Fraser não bastaria apenas garantir a presença das mulheres nos meios de comunicação, pois também é necessário que as vozes e experiências sejam reconhecidas sem distorções. Sendo assim, a mídia pode tanto reproduzir desigualdades quanto atuar como espaço potencial de transformação social.

Já no livro de Jessica Gustafsson (2022), "Jornalistas e Feministas: A construção da perspectiva de gênero no Jornalismo", o jornalismo enquanto uma instituição social, dissemina o discurso que é capaz de produzir padrões que definem normalidade e diferenças

entre os sujeitos. Gustafson (2022) também alerta para a reprodução de padrões machistas, racistas e homofóbicos que possuem espaço no cotidiano:

A reprodução dos padrões culturais excludentes, ligados ao machismo, ao racismo e a homofobia, são demonstrados cotidianamente nas matérias produzidas pelos jornalistas. [...] Essas reportagens também se sustentam sob bases ideológicas que produzem efeitos discursivos derivados de uma mesma matriz hegemônica que é a misoginia, cujo intento sempre foi o de normatizar, regular e controlar o espaço, os papéis e as intervenções das mulheres na vida social. Às vítimas de violência doméstica também não são poupadas pela imprensa. (GUSTAFSON, 2022, p. 90)

Em razão do olhar voltado para a mulher como consumidora dos produtos midiáticos, as revistas femininas que surgiram no final do século XIX acabaram se popularizando. Os conteúdos eram sobre moda, beleza, culinária, relacionamentos e dicas domésticas que naturalmente refletiam os modelos de feminilidade e comportamento considerados ideais na época. Do mesmo modo, também passou a ser introduzido programas de rádio e televisão específicos para o público feminino.

De maneira geral, os conteúdos midiáticos voltados para as mulheres refletiam unicamente a visão tradicional de gênero em suas abordagens. Contudo, a criação de conteúdos voltados para o público feminino foi um ponto crucial para a inserção de mulheres no campo do jornalismo. A partir dessas práticas podemos citar o surgimento do “Jornalismo feminino”. Posteriormente essa temática feminina contribuiu para uma vertente feminista que iria ser reconhecida como um dos ramos do jornalismo ativista, este, que contou com a forte presença de atuação da jornalista norte-americana, Gloria Steinem.

3 GLORIA STEINEM: MULHERES NO JORNALISMO

O feminismo e o olhar voltado ao público feminino como consumidor, permitiu a inserção de mulheres na atuação midiática. De acordo com Farrel (2004), no livro “A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular”. As mulheres apesar de suas diferenças em relação ao movimento feminista começaram a se revoltar contra o papel feminino que era propagado na mídia:

Quaisquer que fossem as diferenças que caracterizaram as mulheres que deram os primeiros passos no movimento feminista (e havia muitas), o que conectava muitas delas era a raiva que sentiam da grande mídia. Iniciando-se com a publicação de *The Feminine Mystique* de Betty Friedan em 1963, muitas ativistas voltaram sua atenção para a forma como a mídia tradicional, em particular as revistas femininas, havia perpetuado a imagem estereotipada da mulher como dona de casa, mãe e consumidora desprovida de cérebro, interessada apenas em agradar os homens de sua vida. (...) Ironicamente, as ativistas viam a mídia como a raiz dos problemas das mulheres e também como potencial de solução. (FARRELL, 2004, p. 39)

Gloria Marie Steinem, é uma jornalista e ativista feminista norte-americana nascida em 25 de março de 1934 na cidade de Toledo em Ohio. Ela foi uma das fundadoras da primeira revista comercial feminista, a Ms. lançada em 1972 nos Estados Unidos. A Jornalista teve um papel fundamental no movimento feminista a partir da década de 1960. De acordo com a pesquisadora Brunoro (2017), Steinem era uma das mulheres que consideravam a mídia como uma possível solução. (BRUNORO, 2017).

A jornalista modificou o seu modo de trabalho ao trazer questões relacionadas ao feminismo, incluindo assim a característica principal do jornalismo ativista, no qual a intenção é trazer um olhar apurado para questões sociais.

3.1 Jornalismo ativista

O termo “jornalismo ativista”, ganhou destaque a partir do final do século XX, com o surgimento de movimentos sociais e ambientais que buscavam uma abordagem mais engajada e militante por parte dos profissionais da comunicação. A partir daí, essa vertente

representa uma forma de jornalismo em que os profissionais da área se envolvem em questões sociais, políticas ou ambientais. Além de relatarem os fatos, eles também buscam promover mudanças e defender causas específicas por meio de suas reportagens.

Deste modo, o jornalismo ativista de caráter feminista procura dar voz a mulheres marginalizadas e sub-representadas. Essa prática, trabalhada anos atrás pela jornalista Glória Steinem, desempenha um papel na luta pela igualdade de gênero, que tem o objetivo de promover os direitos e interesses das mulheres e criar conscientização sobre questões de gênero e desigualdade.

3.2 - Figura pública do movimento feminista

Recapitulando Farrel (2004), a Ms. foi a primeira revista comercial americana a assumir a perspectiva feminista de modo que mulheres de diferentes origens poderiam encontrar ajuda e informação para melhorar suas vidas. O impacto era significativo, já que a Ms. contava com uma circulação entre 400 mil e 500 mil exemplares e um público de leitoras avaliado em 3 milhões, deste modo servindo como um modelo de expressão do feminismo popular e comercial nos Estados Unidos. (FARRELL, 2004).

Segundo a pesquisadora Passos (2012), a atuação da revista conseguiu equilibrar questões sociais no modelo comercial:

Ao mesmo tempo em que abordava temas polêmicos, como aborto, papéis sexuais, criação dos filhos e trabalho feminino, a revista veiculava anúncios publicitários. Para serem publicados, esses anúncios não podiam ferir a dignidade das mulheres. Assim, as editoras da Ms. conseguiam conciliar uma atuação política forte, de caráter reformista, com viabilidade financeira. (PASSOS, 2012, p. 40)

No entanto, a Ms. não era salvo de críticas. Gloria Steinem relembra em sua biografia “Minha vida na estrada” sobre as acusações de Betty Friedan, autora de “The Feminine Mystique”. Segundo Steinem, todas as fundadoras da Ms. encaravam com tranquilidade o sacrifício financeiro e a angariação de fundos em prol da revista, deste modo, elas se surpreenderam com a acusação de Friedan sobre as mesmas “lucrarem com o movimento”. (STEINEM, 2017).

Segundo Steinem (2017), sua persona midiática não era apenas descrita como “garota bonita” ou “linda” antes de ser identificada como feminista, mas era informada de que a aparência era a única razão pela qual conseguia atenção. Um caso explícito disso foi em uma publicação do St. Petersburg Times no ano de 1971, do qual o jornal estampou a manchete “A beleza de Glória contradiz seus propósitos”. Em outro momento, um editor recusou publicar Steinem afirmando que não estava em busca de uma garota bonita, menosprezando-a como escritora. (STEINEM, 2017). Glória também relembra outra situação com o colega de profissão, Gay Talese:

Talese se inclinou na minha frente — como se eu não estivesse falando ou não estivesse presente — e disse para Bellow: “Você sabe como todo ano tem uma garota bonita que vem para Nova York e finge ser escritora? Então, a garota bonita este ano é a Glória.” (STEINEM, 2017, p. 189)

Segundo Silva (2022), em seu artigo “Ícones feministas e supostas ações libertárias: cases que a propaganda construiu, mas que os fatos e as evidências esfacelaram”. Gloria Steinem foi associada com a CIA durante a década de 1960. Segundo as teorias, a jornalista teria como finalidade se infiltrar e prejudicar movimentos que visavam direitos civis. A revelação da associação de Steinem com a CIA e outras questões ideológicas perturbou o movimento na época, gerando desunião. (SILVA, 2022). Já para Almeida (2016), a imprensa percebeu no ativismo feminista uma oportunidade para tirar proveito de uma questão social, na forma como elaborou a classe das feministas editoriais. Contudo, segundo a pesquisadora, Steinem mesmo sendo uma criação desse meio de divulgação de informação acabou por aderir a causa ao criar uma revista feminista. (ALMEIDA, 2016).

Gloria Steinem, enfrentou desafios em relação à atuação jornalística, no qual a época ainda era ríspida ao trabalho realizado por mulheres. Apesar da premissa de trabalhar na área, não se tornou imune às adversidades derivadas das caracterizações da mídia em tempos ainda permeados de machismos. Contudo, a sua prática e perspectiva ativista contribuíram para construir o seu legado no jornalismo e no ativismo. Deste modo, Glória foi exposta a mídia construída de sua época, tanto como jornalista quanto como persona pública e se tornou um exemplo diante de estereótipos impostos pelo meio.

4 TAYLOR SWIFT: TRAJETÓRIA E CANCELAMENTO MIDIÁTICO

Taylor Alison Swift é uma cantora e compositora norte-americana, nascida no dia 13 de dezembro de 1989 na cidade de Reading no estado da Pensilvânia - Estados Unidos. Aos 16 anos lançou o seu primeiro single no álbum de estreia auto-intitulado “Taylor Swift”. Segundo a pesquisa de Lupatini e Versa (2023), a artista durante aquele período, exibia o modelo da garota gentil e inocente. Ela ganhou destaque por sua imagem de "menina de família". (LUPATINI; VERSA, 2023)

O álbum seguinte intitulado Fearless, foi lançado em 2008, no qual “You Belong With Me” foi eleito como o melhor clipe do ano pela MTV ao Video Music Awards (VMA) em 2009. Contudo, durante a premiação da cantora uma interferência do Rapper Kanye West afirmando que artista não merecia o prêmio desencadeou um cenário midiático do qual moldou essa imagem de Swift. Segundo Bee e Santos (2018), nesse momento, a imprensa começou a descrever Swift como a garota ingênua que testemunhou a destruição de seu sonho publicamente. (BEE; SANTOS, 2018).

A partir do terceiro álbum lançado no ano de 2010, a cantora passou a mensagem para a imprensa: “Speak Now - Fale Agora”. O álbum conta com uma das primeiras músicas em resposta da artista. Na canção Mean, Taylor descreve a dor causada por insultos e humilhações se referindo a um agressor anônimo que usa palavras afiadas como armas. (BEE; SANTOS, 2018). Seguido por Red o seu quarto álbum lançado em 2012, Taylor lançou o quinto intitulado “1989” em 2014.

Para Lupatini e Versa (2023), o álbum 1989 simboliza o renascimento no meio musical de Swift, já que nessa era, começavam a surgir transformações na percepção sobre o feminino que ela transmitia, ela já trazia uma imagem de mulher mais forte e decidida. (LUPATINI; VERSA, 2023). Bee e Santos (2018), complementam que as letras de suas canções ainda exploram a complexidade de seus relacionamentos, mas também dão lugar a críticas à mídia, a cobertura midiática e a forma como a imprensa a retrata, como nas músicas Blank Space e Shake It Off. (BEE; SANTOS, 2018).

No caso da música Blank Space, Swift traz no videoclipe uma personagem de sátira na qual a mesma assume um papel designado na mídia para ela, assim como descreve Lupatini e Versa (2023):

Blank Space chamou atenção por ela assumir um papel de mulher louca e namorada ciumenta, uma

imagem que a mídia vinha pintando dela há anos e sempre a culpando pelos namoros não tão bem-sucedidos e a criticando por escrever e cantar sobre os mesmos. O papel interpretado no vídeo é de uma mulher totalmente contrária da imagem que ela, desde o início, construiu no meio musical. (LUPATINI; VERSA, 2023, p.89)

Para Bee e Santos (2018), Taylor Swift cresceu aos olhos do público e teve sua vida exposta em vários momentos. Por escrever canções inspiradas em sua vivência, seus relacionamentos foram um tema constante na mídia ao longo de sua trajetória. Assim, é inviável diferenciar sua vida profissional da pessoal, especialmente porque seus maiores êxitos são canções que abordam diretamente sua vida privada. (BEE; SANTOS, 2018).

Deste modo, a exposição da vida pessoal de Swift pode ser compreendida a partir da teoria de Morin (1989), que analisa o Star System como um fenômeno em que a figura pública é convertida em objeto de fascínio coletivo. Para o autor, a celebridade não se restringe apenas à sua carreira artística, pois envolve a construção de uma persona da qual sua vida pública e privada se misturam. Morin (1989), argumenta que a indústria cultural transformou sonhos, sentimentos e até os mitos em mercadorias, incorporando o imaginário humano ao circuito da produção e do consumo:

Depois das matérias-primas e das mercadorias de consumo material, era natural que as técnicas industriais se apoderassem dos sonhos e dos sentimentos humanos: a grande imprensa, o rádio e o cinema os revelam e, por conseguinte, considerável rentabilidade do sonho, matéria-prima livre e etérea como o vento, que basta formar e uniformizar para que atenda aos arquétipos fundamentais do imaginário. O padrão tinha que se encontrar um dia com o arquétipo, os deuses tinham que ser fabricados um dia, os mitos tinham que se tornar mercadoria. O espírito humano tinha que entrar no circuito da produção industrial, não só como engenheiro, mas também como consumidor e consumido. (MORIN, 1989, p. 77)

Em 2016, Kanye West lançou um videoclipe da música Famous, no qual chamava Taylor de “Vadia” e utilizava uma sócia no clipe para remeter a cantora. Na época, West e sua esposa a socialite Kim Kardashian, não apenas afirmavam, mas também expuseram uma ligação nas redes sociais da qual comprovara que Swift havia escutado previamente na íntegra a música de Kanye, e aprovado seu lançamento.

Segundo Burigo e Machado (2021) a conversa aparentava ser amigável. Deste modo, essa situação repercutiu de forma negativa para Swift em portais de notícia pelo mundo todo, inclusive no Brasil. (BURIGO; MACHADO, 2021).

Para exemplificar, Burigo e Machado (2021) citam em sua pesquisa algumas das publicações dos veículos de comunicação BuzzFeed e Vice, que pautaram suas reportagens e produziram conteúdo desfavorável, e até agressivo, contra a artista na época:

A partir desses acontecimentos, diversos portais de notícia repercutiram os desdobramentos do conflito. O site Buzzfeed veiculou o caso com o seguinte título em uma das matérias “Taylor Swift mentiu ao falar que não sabia sobre Famous”. Um ano depois, em 2017, o mesmo veículo publicou a seguinte reportagem “Como Taylor Swift construiu toda a sua carreira bancando a vítima”. Outro site de notícias, Vice, publicou na época “A Taylor Swift foi vítima da sua própria estratégia de dominação do mundo pop” e “Taylor Swift não é como as outras celebridades, ela é pior”. (BURIGO; MACHADO, 2021 p.18)

Segundo Burigo e Machado (2021), a primeira ação da assessoria de imprensa foi o afastamento de Swift na mídia em 2016. No ano seguinte, a cantora retornou com o álbum “Reputation”, que é considerado como um álbum de resposta aos acontecimentos em uma ressurreição da sua própria imagem. Na maioria das faixas que compõem o disco, a artista fala sobre uma personagem que é muito julgada pelas coisas que faz, principalmente pela mídia, nos meses seguintes da divulgação do disco, Taylor optou por não conceder entrevistas. (BURIGO; MACHADO, 2021).

A primeira música que foi divulgada de Reputation, é intitulada de “Look What You Made Me Do”, e possui uma letra mais agressiva e direta. Deste modo, Burigo e Machado (2021) apontam o viés de reinvenção imagético na reputação da artista ao trazer versões de eras antigas em momentos chaves do clipe:

O clipe traz diversas referências sobre as polêmicas mais recentes que ela enfrentou, algumas mais claras e outras mais subjetivas. Por exemplo, nas cenas finais do vídeo, são mostradas as versões antigas de Taylor e cada uma fala algo marcante na carreira da artista como “lá vai ela, se fazendo de vítima de novo” e “eu gostaria muito de ser excluída dessa narrativa”. A primeira, em referência ao que a mídia falou sobre ela e a segunda citando a última frase da nota divulgada em 17 de julho de 2016. (BURIGO; MACHADO, 2021 p.20)

Desde o momento em que Swift apareceu no cenário musical, em 2006, as suas controvérsias foram tema de destaque em revistas e sites de notícias sobre celebridades. (BURIGO; MACHADO, 2021). Essa questão pode ser compreendida a partir da teoria de

Rojek (2008), que define a celebridade como resultado de um processo de "celebrificação", em que figuras públicas são construídas socialmente por meio de estratégias midiáticas. Para o autor, a fama é uma construção cultural no qual a representação da mídia de massa envolve a repetição de imagens, narrativas e performances em diferentes plataformas (ROJEK, 2008).

O álbum seguinte, "Lover" contava com a música e videoclipe "The Man" nesta obra, Swift questiona as posições de poder e privilégios referentes aos homens. Durante a pandemia lançou os álbuns Folklore e Evermore, e logo após iniciou um processo de regravação dos seus primeiros seis álbuns, em "Taylor's Version – Versões da Taylor". Álbuns mais recentes como o *Midnights* de 2022, e o *The Torture Poets Department* de 2024 fizeram parte da sua turnê mundial, a "The Eras Tour - A Turnê das Eras".

Em meio a sua estadia no Brasil, as manchetes frequentemente buscavam atribuir tragédias, descasos e reduzir a sua importância ou relevância no cenário musical. Em contrapartida, também houveram reportagens que justamente questionavam essas posições, a exemplo: "Reação exagerada contra Taylor Swift no Brasil expõe misoginia - Site Veja"; "Você consegue criticar Taylor Swift sem ser misógino?" - Site Elle.

Deste modo, a atual imagem pública de Swift, reflete uma artista multifacetada, e comprometida com questões sociais importantes, que com o passar do tempo passou a responder em suas obras a questão de seu espaço no meio musical e de como a sua própria imagem é difundida na mídia. Esse papel que possui à frente de tantas mulheres de idades, gêneros, etnias, sexualidades e nacionalidades distintas é resultado de sua persistência durante os momentos de crise constantes em relação ao seu papel na indústria musical, e a sua imagem pública que foi moldada a partir de diversas suposições e situações de constrangimento. A sua trajetória a torna uma das figuras públicas femininas na indústria musical contemporânea frente a questões de machismo e misógina à mulher no cenário midiático.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante esse estudo comparativo foi analisado o histórico de representação e atuação feminina na mídia e as revoluções sociais que permitiram a inserção de mulheres como consumidoras e posteriormente produtoras no cenário midiático. A partir dos perfis da jornalista e ativista Gloria Steinem e a da artista Taylor Swift, observa-se que apesar da inclusão feminina a hostilidade à figura da mulher ainda é disseminada por parte de veículos midiáticos.

Steinem teve o seu nome muito propagado durante a década de 1960 nos Estados Unidos. Nesse período, a visibilidade era derivada das mídias tradicionais como rádios, televisão, jornais e revistas impressas e a sua visibilidade se limitava aos espaços que esses meios conseguiam chegar. Sendo assim, nessa época suas ações de influência se limitavam ao público norte americano, e só posteriormente foi elevada à relevância internacional.

Já em relação à Swift, à descrição e as abordagens midiáticas atreladas a ela estão acessíveis na internet desde o início de sua carreira. Como artista, trouxe em composições situações da vida pessoal que somada às representações imagéticas, criou o próprio modo de responder contando essas experiências para um público de diversas idades, gêneros, etnias, sexualidades e nacionalidades. Deste modo, a sua postura vêm contribuindo para fortalecer o movimento feminista.

Apesar das representações contemporâneas da mulher de modo questionável, como demonstrado no caso da Taylor, também é possível encontrar movimentos inversos da mídia, como críticas na abordagem e atuação jornalística..

Deste modo, Gloria Steinem e Taylor Swift apesar de seus distanciamentos em relação às épocas e as atuações profissionais, suas similaridades em relação a caracterizações desconexas como personas de influência, contribuíram e promovem um novo modo de retratar a mulher na mídia, no qual há um questionamento em relação ao tratamento da mulher no cenário midiático, e um olhar crítico a práticas que promovem essas abordagens na mídia.

6 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. G. de. *Por Themyscira e por todas nós: o uso dos quadrinhos na compreensão das questões feministas e de gênero*. [S.l.: s.n.], 2016.
- BEAUVOIR, S. de. *O segundo sexo: fatos e mitos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BEE, J.; SANTOS, H. J. dos. *A reputação de Taylor: uma análise sobre a construção da identidade da cantora Taylor Swift*. [S.l.: s.n.], 2018.
- BRUNORO, T. F. M. da. *Da Rookie à Capitolina: novas narrativas para garotas adolescentes em revistas independentes online*. [S.l.: s.n.], 2017.
- BÚRIGO, L.; MACHADO, S. *Não haverá nenhuma explicação, haverá apenas reputação: estudo do gerenciamento de crise na carreira de Taylor Swift em 2016*. [S.l.: s.n.], 2021.
- FARRELL, A. E. *A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular*. São Paulo: Barracuda, 2004.
- FRASER, N. *Struggle over needs: outline of a socialist-feminist critical theory of late capitalist political culture*. In: FRASER, N. *Unruly practices: power, discourse and gender in contemporary social theory*. Cambridge: Polity Press, 1989.
- GUSTAFSON, J. *Jornalistas e feministas: a construção da perspectiva de gênero no jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular, 2022.
- LUPATINI, B. Z.; VERSA, C. R. *Análise dos efeitos de sentido do discurso do feminino na figura Taylor Swift*. Revista Brasileira de Educação e Inovação da Universidade (REBEIS), v. 1, n. 4, 2023.
- MEDEIROS, B.; FERNANDES, P. *"I made that bitch famous": uma discussão sobre a relação entre conflito e fama*. Comunicologia: Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília, v. 10, n. 1, p. 213. Brasília, 2017.
- MIYASHIRO, K. *Reação exagerada contra Taylor Swift no Brasil expõe misoginia*. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/o-som-e-a-furia/reacao-exagerada-contra-taylor-swift-no-brasil-expoe-misoginia/>. Acesso em: 6 set 2024.
- MORIN, E. *Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- PASSOS, C. M. *A escrita de Carmen da Silva: as colunas A arte de ser mulher*. [S.l.: s.n.], 2012.
- PEREIRA, F.; VERÍSSIMO, J. *A presença da mulher na publicidade*. [S.l.: s.n.], 2005.
- ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- ROSA, B. *Taylor Swift, a criadora de mundos: como a cantora adotou diferentes estratégias dentro das lógicas de midiatização para virar o jogo a seu favor*. [S.l.: s.n.], [s.d.].

ROSSI, B. *Você consegue criticar Taylor Swift sem ser misógino?* Disponível em: https://elle.com.br/ponto-de-vista/taylor-swift-misoginia?srsId=AfmBOorGylGSV_VoCIimO13JHANTFrJl54_zCdgGst-FaOGHRamG8TpE. Acesso em: 6 set. 2024.

RUSSELL, A. *Journalism as activism: recoding media power*. Cambridge: Polity Press, 2016.

SALIMEN, L. L. *A influência dos meios de comunicação de massa na sociedade: uma análise do filme Jogos Vorazes*. Porto Alegre, 2016.

SILVA, C. C. da. *Ícones feministas e supostas ações libertárias: cases que a propaganda construiu, mas que os fatos e as evidências esfacelaram*. [S.l.]: Revista Ponto-e-Vírgula, 2022.

STEINEM, G. *Minha vida na estrada*. Tradução de Janda Montenegro. 1. ed. [S.l.]: Editora Bertrand Brasil, 2017.