



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (HAB. JORNALISMO) – DECOM

THAÍS ALVES MENDONÇA

**A EMERGÊNCIA DO DEBATE SOBRE GÊNERO E IMAGEM DA MULHER NA
MÍDIA: ANÁLISE DA MATÉRIA "*MARCELA TEMER: BELA RECATADA E DO
LAR*"**

CAMPINA GRANDE

2016

THAÍS ALVES MENDONÇA

**A EMERGÊNCIA DO DEBATE SOBRE GÊNERO E IMAGEM DA MULHER NA
MÍDIA: ANÁLISE DA MATÉRIA "*MARCELA TEMER: BELA RECATADA E DO
LAR*"**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade.

Orientador: Prof. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra

CAMPINA GRANDE

2016

É expressamente proibida 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 da dissertação.

M539e Mendonça, Thais Alves.

A emergência do debate sobre gênero e imagem da mulher na mídia [manuscrito] : análise da matéria "*Marcela Temer: Bela e recatada do lar*" / Thais Alves Mendonca. - 2016.

25 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Profa. Dra. Ada Késia Guedes Bezerra, Departamento de Comunicacao Social".

1. Gênero. 2. Mídia. 3. Imagem. 4. Jornalismo de revista I.

Título.

21. ed. CDD 070.175

THAÍS ALVES MENDONÇA

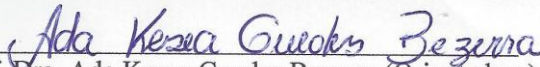
A EMERGÊNCIA DO DEBATE SOBRE GÊNERO E IMAGEM DA MULHER NA
MÍDIA: ANÁLISE DA MATÉRIA "MARCELA TEMER: BELA, RECATADA E DO LAR"

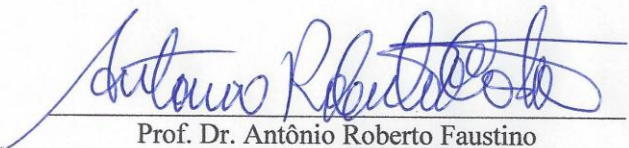
Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.


Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade.

Aprovada em: 19/05/2016.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dra. Ada Keesa Guedes Bezerra (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. MSc. Verônica Almeida de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A Deus, o que seria de mim sem a fé que tenho nele. Aos meus familiares e amigos, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Á Deus, por me permitir a realização de mais uma sonho em minha vida. Aos meus familiares, em especial meus pais, Josefa e José Rogério, que me deram apoio, incentivo nas horas difíceis de desânimo e cansaço, e apesar de todas as dificuldades me fortaleceram, o que para mim foi muito importante.

Meus agradecimentos aos meus amigos e colegas de classe. Companheiros nessa caminhada e irmãos na amizade que fizeram parte da minha formação e que vão continuar presentes em minha vida, com certeza.

À minha orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso pelo apoio e confiança. Sem dúvidas, seu incentivo e dedicação foram cruciais para a realização desse trabalho. Muito obrigado pelo empenho e força na elaboração deste trabalho. Terá meu eterno agradecimento.

Ao meu namorado, melhor amigo e companheiro de todas as horas, Jimmerson Carlos, pelo carinho, compreensão, amor e solidariedade.

Aos coordenadores e professores do Curso de Comunicação Social da UEPB, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender. A palavra mestre, nunca fará justiça aos professores dedicados, os quais terão os meus eternos agradecimentos.

Aos funcionários da UEPB, sempre atentos a ajudar.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

“Por um mundo onde sejamos
totalmente iguais, humanamente
diferentes e totalmente livres.”

(Rosa Luxemburgo)

A EMERGÊNCIA DO DEBATE SOBRE GÊNERO E IMAGEM DA MULHER NA MÍDIA: ANÁLISE DA MATÉRIA "*MARCELA TEMER: BELA RECATADA E DO LAR*"

Thaís Alves Mendonça¹

RESUMO

Este artigo tem como finalidade provocar um debate sobre a efetiva participação da mídia na construção da imagem da mulher contemporânea. Como pressupostos teóricos, discutiram-se algumas teorias do jornalismo e a noção de gênero enquanto categoria teórica. Fez-se necessário breve abordagem sobre a construção histórica e social do gênero, estabelecendo uma relação com a participação e inferência do discurso midiático nessa construção. O objeto de observação é a matéria veiculada pela revista *Veja*, que causou repercussão ao fazer uso de um discurso de caráter normativo da imagem feminina na sociedade moderna, intitulada: "*Marcela Temer: bela, recatada e do lar*". A reportagem foi analisada a partir das categorias da enunciação, e como resultados, é possível destacar que o discurso midiático não se efetiva de forma desprezível, que paradigmas de representações da mulher precisam ser discutidos e reconfigurados, e ainda que tais debates devem acontecer à luz da noção de gênero.

Palavras-chaves: Gênero. Mídia. Imagem. Jornalismo de Revista.

Introdução

Não é difícil perceber as diferenças estabelecidas pela sociedade ao longo dos tempos no que se refere a lugares específicos determinados a homens e mulheres. Partindo do pressuposto de que papéis sociais são frutos da construção histórica e social permeada por características de ordem biológica, faz-se necessário discutir sobre o campo de forças e contradições que perpassam as relações entre os sexos e a participação da mídia como espaço de enunciação nesse contexto.

Na edição de nº 2474 da Revista *Veja*, publicada em 18 de abril de 2016, a matéria "*Marcela Temer: bela, recatada e 'do lar'*", tornou emergente o debate sobre como a mulher é representada na e pela mídia. São representações que ganham contornos e ares de normatividade por parte de um veículo de comunicação de circulação nacional, que a legitima a partir dos discursos de especialistas a serviço de seus interesses, normalmente econômicos e/ou políticos.

A finalidade aqui é apreender o posicionamento da *Veja*, enquanto veículo de comunicação disseminador de notícias e formador de opinião, e a repercussão da matéria

¹ Aluna de Graduação em Comunicação Social na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: thais-mend@hotmail.com.

publicada, envolta em uma falsa imparcialidade defendida por algumas teorias do jornalismo, elucidando uma visão retrógada diante dos acontecimentos atuais em relação ao espaço alcançado pelas causas feministas. Ao longo dos últimos séculos, os meios de comunicação, nas suas mais diversas formas, têm despontado como importante mecanismo de controle social.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é evidenciar como a mulher é retratada na mídia no século XXI e a necessidade de debater como em meio aos avanços das lutas sociais feministas, num contexto de reafirmação da importância da noção de gênero pela nova história, ainda é notável uma disseminação, por órgãos da imprensa, de um tipo ideal de comportamento padrão delegado à mulher, fundamentada na ideologia patriarcal. Como objetivos específicos, é possível pontuar: 1. mostrar como as teorias do jornalismo se faz presente nessa condução na produção de determinados veículos; e, 2. debater como a mídia detém e ao mesmo tempo produz certas “verdades” através de seu lugar de fala. Lugar este que atende muito mais à lógica da rotina produtiva e compromisso com perspectivas e interesses ideológicos, do que à função maior de representar os sujeitos e suas formas de expressão e vivência legítimas.

A pesquisa é de caráter exploratório, pois conforme menciona Andrade (2010, p. 112), esse tipo de abordagem geralmente “constitui um trabalho preliminar ou preparatório para outro tipo de pesquisa”. Como o objeto aqui em tela imerge como um exemplo elucidativo de vários outros casos e a temática em questão demanda ampla discussão, contemplá-lo em pesquisa descritiva e explicativa extrapolaria os limites deste artigo. Mas a validade é notória, pois uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporciona maiores informações sobre determinado assunto; facilita a delimitação de um tema de trabalho; define os objetivos ou formula as hipóteses de uma pesquisa e descobre novo tipo de enfoque para determinado assunto. Nesse contexto, a pesquisa subsidiará novos olhares e ganchos exploratórios sobre o tema central deste trabalho.

1. Um olhar sobre as teorias do jornalismo

O jornalismo é a atividade de recolha e análise de informações da atualidade com o objetivo de transmitir ao público através de meios de comunicação. Sua função é de informar, com critérios e fundamentações, buscando as verdades dos fatos e, principalmente, levando ao conhecimento da coletividade os acontecimentos de interesse social, político e econômico. A característica mais relevante do jornalismo de qualidade é a imparcialidade, ou pelo menos, a

busca pela neutralidade de envolvimento do jornalismo com os acontecimentos por ele narrados. Os profissionais de jornalismo lidam com o conceito de isenção diariamente na produção de cada matéria, sabem que para o produto notícia receber o selo de qualidade é preciso, antes de qualquer rótulo, ser definido como conteúdo isento. Mas na realidade não é assim que acontece.

A tradução dos fatos pode sofrer influência do ambiente que estamos inseridos e dos interesses de cada veículo em termos culturais, econômicos, políticos e sociais. Não obstante a qualidade da notícia estar associada principalmente ao conceito de imparcialidade e esta relação estar disseminada também no meio jornalístico, os reforços de empresas de comunicação ajudam na possibilidade de apreensão da realidade fazendo uso de técnicas jornalísticas.

Algumas teorias explicam os meandros das rotinas produtivas do jornalismo e revelam como há fatores desconhecidos pelo público que interferem, moldam e direcionam conteúdos. A Teoria do Espelho apontava que a notícia seria de qualidade se o jornalista conseguisse retratar fielmente o fato como se houvesse uma imagem a ser refletida da notícia e que pudesse ser captada pelo profissional e assim transcrita. Segundo Pena (2005), ela foi a primeira metodologia utilizada na tentativa de compreender porque as notícias são como são, ainda no século XIX. Sua base é a ideia de que o jornalismo reflete a realidade.

Até hoje, a comunidade jornalística defende a teoria do espelho com base na crença de que as notícias refletem a realidade. Isso acontece porque ela dá legitimidade e credibilidade aos jornalistas, tratando-os como imparciais, limitados por procedimentos profissionais e dotados de um saber de narração baseado em método científico que garante o relato objetivo dos fatos. (PENA, 2005, p. 126).

O conceito de jornalismo começa a mostrar sua não correspondência a imparcialidade a partir da Teoria do Espiral do Silêncio, que ajuda a entender como a mídia funciona em relação à opinião pública e silencia suas ideias. Esta hipótese diz que aqueles cujas opiniões são minoritárias, tendem a se calar frente às opiniões da maioria, tudo isso sob a influência dos meios de comunicação. Ao se referir a essa teoria, o autor considera:

Os meios de comunicação tendem a priorizar as opiniões dominantes, ou melhor, as opiniões que parecem dominantes, consolidando-as e ajudando a calar minorias (na verdade, maiorias) isoladas. Nesse ponto, a teoria da espiral do silêncio aproxima-se da teoria dos definidores primários, pois ambas defendem que a tal prioridade é causada pela facilidade de acesso de uma minoria privilegiada (as fontes institucionais) aos veículos de

informação. Assim, opiniões que parecem consensuais se perpetuam, pois a maioria silenciosa não se expressa e não é ouvida pela mídia, o que leva à conclusão de que o conceito de opinião pública está distorcido. (PENA, 2005, p. 129).

A imparcialidade já cai por terra quando um jornalista escolhe o que noticiar, pois ele está decidindo o que é ou não notícia, o que deve ou não ser de interesse de determinada classe e o que as pessoas devem ou não saber, de acordo com critérios que ele utiliza e que só ele e seus pares conhecem. A teoria do agendamento pressupõe que as notícias são como são porque os veículos de comunicação nos dizem em que pensar, como pensar e o que pensar sobre os fatos noticiados. Para ele, esta hipótese defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos.

Por traz da imagem de imparcial e neutro, o jornalismo contemporâneo limita-se de acordo com os interesses das empresas comunicadoras, principalmente logísticas. Nilson Lage (2014) traz uma definição generalizada sobre o jornalismo, na qual fica claro que por traz de toda notícia veiculada, há uma diferença na linguagem utilizada mediante o interesse que a rodeia, e que os fatos noticiados traz a repercussão favorável aos interesses das empresas donas dos grandes canais de comunicação de massa, fazendo referência ao poder de manipulação das grandes mídias, desmistificando a imagem de imparcialidade.

A amplitude e natureza com que cumpre essas funções a que se propõe, o grau de ideologização que reveste sua cobertura, variam conforme o clima político da época e o público a que o veículo ou editoria se destina (trabalhadores, empresários e gerentes, consumidores domésticos etc.). Nas últimas décadas, os estados nacionais passaram a ceder parcelas crescente de seu poder a corporações financeiras e organismos gestores multinacionais que, muitas vezes, decidem em última instância; esse é um problema suplementar das redes e empresas maiores do setor, fortemente dependentes do capital globalizado (LAGE, 2014, p. 5).

Há sempre um fato construído, junto constrói-se um sentido, uma opinião e faz correspondência ao que envolve por traz dos interesses existentes nos bastidores da construção da informação. Patrick Charaudeau (2013, p. 95) explica:

Da relação dialética que se instaura entre esse dois processos, de transformação e de transação, ressalta que o "mundo a comentar" nunca é transmitido tal e qual à instância de recepção. Ele passa pelo trabalho de construção de sentido de um sujeito de enunciação que o constitui em "mundo comentado", dirigido a um outro do qual postula, ao mesmo tempo, a identidade e a diferença.

Assim, compreendemos que continuar assimilando a Teoria do Espelho, significando que a realidade pode ser transmitida pela simples transcrição de fatos é instrumento de alienação da classe de profissionais da área e da opinião pública e assim perde-se a chance de avanço no processo de compreensão do jornalismo enquanto forma social de conhecimento.

A teoria do enquadramento nos mostra os instrumentos de poder mais influentes na seleção da agenda e do enquadramento das questões. Um deles, sem dúvidas, são os interesses das fontes governamentais, mediadas pela intervenção da narrativa jornalística no lugar onde as notícias ocorrem. As notícias impõem um enquadramento que definem e constrói a realidade (TUCHMAN, 1978, p. 27).

Charaudeau (2013) define que a construção temática da notícia suscita essencialmente três tipos de questões: Quais são os princípios de seleção dos fatos? Quais são os modos de recorte midiático do espaço social? Como são identificadas as fontes? Diante dos tais questionamentos, podemos dizer que o princípio de seleção seriam atualidade, ineditismo, relevância e importância. Esses critérios serviriam apenas de apoio e suporte, já que outros fatores que estão ao redor de um episódio também podem ser relevantes para a decisão de inserir acontecimentos nos jornais. Quanto aos modos de recorte midiático do espaço social, nos levanta a dúvida do que preside às escolhas efetuadas pela mídia, e ao mesmo tempo nos esclarece que há uma seleção de fato do que deve ou não ser veiculado. Por fim, identificamos as fontes de acordo com o que devemos notificar e para qual olhar notificar. Será as fontes que direcionará para o sentido que a matéria reproduzirá, desmistificando mais uma vez a neutralidade da disseminação da notícia que a teoria do espelho nos mostra.

2 Sobre discurso das mídias e seu caráter "pedagogizante"

Os meios de comunicação, em razão da grande influência que exercem sobre as pessoas, são considerados por doutrinadores e pesquisadores como o quarto poder, devido à capacidade de forjar, conduzir a opinião pública. Desta forma, e tomando como pressuposto suas rotinas produtivas, esses meios detém um discurso midiático que agrada ao seu público alvo ao mesmo tempo em que o ambienta e o acostuma à lógica do meio e seu suposto estatuto da verdade. Assim, o jornalismo tem sido adaptado ao espetáculo e através dessa seleção de conteúdo, a mídia tem o poder de construção da realidade, criando pessoas

incapazes de contestar, garantindo assim sua “verdade absoluta”. Nesse sentido, Charaudeau (2013, p. 103) destaca:

Assim sendo, o propósito, como componente do contrato de informação midiática, inscreve-se num processo de construção evenemencial, que deve apontar para o que é "notícia". O propósito recorta o mundo em um certo número de universos de discurso tematizados, transformando-os em rubricas, tratando-os segundo critérios de atualidade, de socialidade e de imprevisibilidade, assegurando-lhes assim uma visibilidade, uma publicização, e produzindo um possível efeito de captação. Com isso, compreende-se que o espaço público se confunda com o próprio acontecimento midiático, tal como aparece em sua configuração discursiva.

Os indivíduos formulam seus juízos sobre o mundo com base na ideologia dominante em sua sociedade, que penetra e determina percepções e possibilidades de enunciação. A midiática não é somente incorporada pelos meios de comunicação de massa, seja impresso ou eletrônico, e lá se faz presente em todos os lugares e momentos na vida dos indivíduos. Os meios de comunicação exercem bem esse papel. Esse caráter “pedagogizante” que os mídias exerce, no sentido de torná-lo uma ferramenta passível de uso transformador de uma dada realidade, nos evidencia que essas narrativas determinam tanto a moda e o estilo de vida quanto a linha editorial que, como perspectiva prévia, orienta a captação das informações jornalísticas.

Os discursos feitos pela mídia são mais que uma simples expressão de uma opinião. É mais adequado dizer que tais discursos são tipos de propostas para adequar a sociedade e o mundo a determinada maneira. Patrick Charaudeau afirma que o discurso circulante é uma soma empírica de enunciados com visão definidas sobre o que são seres, as ações, os acontecimentos, suas características, seus comportamentos e os julgamentos a eles ligados.

Esses enunciados tomam uma forma discursiva que, por vezes, se fixa em fragmentos textuais (provérbios, ditados, máximas e frases feitas), por vezes varia em maneiras de falar com fraseologia variável que se constituem em socioletos. É através desses enunciados que os membros de uma comunidade se reconhecem (CHARAUDEAU, 2013. p. 118).

A concepção midiática representa um papel determinante em todos os aspectos e uma dimensão não delimitada sobre os indivíduos. Assim, podemos dizer que em seus discursos, os meios de comunicação impõem suas opiniões, manipulando e controlando a informação, tirando proveito de sua credibilidade para tentar impor para seu público que sua exposição é a

verdade absoluta. Este processo se revela como uma pedagogia no discernimento de determinado meio, cultura e visão de mundo existente.

No tratamento da comunicação, específico à mídia impressa, a imparcialidade na produção de uma reportagem jornalística faz-se necessário, mas ao mesmo tempo torna-se impossível, tendo em vista que todo procedimento de análise implica tomadas de posições. O desafio é produzir e relatar, de maneira que garanta autenticidade, mas essa autenticidade se refere a características marcantes de determinados meios de comunicação definidas e demonstradas pelo seu modo de transmitir o discurso.

Para Charaudeau (2013, p. 223) a acessibilidade e visibilidade devem ser os princípios para compor a mídia impressa.

Assim sendo, a instância midiática deve ter um cuidado particular com a maneira de anunciar e apresentar as notícias. Isso é feito através da paginação (primeira página, rubricas, fotos, desenhos, gráficos, tabelas, tipos de coluna, molduras etc.) e da titulação (títulos, pré-títulos, subtítulos e leads). Tais elementos constituem formas textuais em si e têm uma tripla função: fática, de tomada de contato com o leitor, epifânica, de anúncio da notícia, e sinóptica, de orientação ao percurso visual do leitor no espaço informativo do jornal.

Mesmo obedecendo aos conceitos e fundamentos teóricos na composição da notícia mediante a uma suposta imparcialidade, a construção da informação é constituída baseada em moldes adotados pela instância midiática. O discurso da mídia não inocente nos mostra seu posicionamento e opinião mediante a determinado assunto midiaticizado, que repercute e extrai opinião pública, ditando o comportamento e manifestação de uma sociedade que tem seu comportamento ditado por esse discurso.

3. A emergência do debate sobre gênero e a imagem da mulher na mídia

A categoria gênero tem sido objeto de estudos acadêmicos nas áreas de História, Direito, Ciências Sociais, Psicologia, dentre outras. No senso comum, o termo se refere à oposição masculino/feminino e fundamenta ao mesmo tempo seu sentido. O sistema patriarcal enraizado ao longo da história acabou por cristalizar a masculinidade atrelada a noção de poder, tendo o homem a virilidade, a força, a figura do desbravador dos mundos e aquele que vai a luta; a ele é delegado a esfera pública de atuação, enquanto a mulher foi sendo identificada pela fragilidade, aquela que precisa de proteção e repouso para gerar novos

frutos, cuidar do lar, e portanto é delegada a ela todas as funções da esfera privada. (BOURDIEU, 2010).

Em um processo histórico, a sociedade estabelece uma distribuição de responsabilidades que são alheias às vontades das pessoas. Do lugar que é atribuído socialmente a cada um, dependerá a forma como se terá acesso à própria sobrevivência como sexo, classe e raça, sendo que esta relação com a realidade comporta uma visão particular da mesma.

Ao dirigir o foco para o caráter "fundamentalmente social", não há, contudo, a pretensão de negar que o gênero se constitui com ou sobre corpos sexuados, ou seja, não é negada a biologia, mas enfatizada, deliberadamente, a construção social e histórica produzida sobre as características biológicas (LOURO, 1997, p. 21). A categoria gênero vai ser desenvolvida pelas teorias do feminismo contemporâneo sob a perspectiva de compreender e responder, dentro de parâmetros científicos, a situação de desigualdade entre os sexos e como esta situação opera na realidade e interfere no conjunto das relações sociais. Para a autora, “observa-se que as concepções de gênero diferem não apenas entre as sociedades ou os momentos históricos, mas no interior de uma dada sociedade, ao se considerar os diversos grupos (étnicos, religiosos, raciais, de classe) que a constituem”. (LOURO, 1997, p. 23).

Nesse sentido, se faz necessário então pontuar de forma mais objetiva qual a compreensão sobre gênero que norteia esse texto. Entende-se gênero como uma categoria teórica de análise de relações de poder e sociabilidade entre homens, mulheres como sujeitos diferenciados, sobretudo por seu sexo. Um dos nomes expoentes na construção desse conceito é o da historiadora Joan Scott ². As correntes predominantes das Ciências Naturais e da Medicina, desde o século XVIII, tratavam a identidade de gênero e sexual puramente pela natureza biológica. Mas, sobretudo nas décadas de 60 e 70, nos Estados Unidos, historiadores membros de movimentos feministas já debatiam essas questões no âmbito acadêmico, mas foi nos anos de 1980 que historiadores optaram pela substituição do termo “estudo das mulheres” pelo termo gênero. Tal ação se efetuou na busca pela legitimação como categoria de análise e reconhecimento dentro das instâncias acadêmicas, como relatou Scott (1989, p. 6) ³

² Historiadora e professora da Escola de Ciências Sociais do Instituto de altos Estudos de Princeton, Nova Jersey, uma das mais importantes teóricas sobre o uso da categoria gênero na área da história.

³ “Gênero: uma categoria útil para análise histórica”. Texto original: Joan Scott – Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history. New York, Columbia University Press. 1989. Uma tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Disponível em: http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero-Joan%20Scott.pdf

No seu uso recente mais simples, “gênero” é sinônimo de “mulheres”. Livros e artigos de todo o tipo, que tinham como tema a história das mulheres substituíram durante os últimos anos nos seus títulos o termo de “mulheres” pelo termo de “gênero”. Em alguns casos, este uso, ainda que referindo-se vagamente a certos conceitos analíticos, trata realmente da aceitabilidade política desse campo de pesquisa. Nessas circunstâncias, o uso do termo “gênero” visa indicar a erudição e a seriedade de um trabalho porque “gênero” tem uma conotação mais objetiva e neutra do que “mulheres”. O gênero parece integrar-se na terminologia científica das ciências sociais e, por consequência, dissociar-se da política – (pretensamente escandalosa) – do feminismo.

Deste modo, o termo foi e é trabalhado como um debate emergente em uma sociedade cada vez mais plural e em transformação. O percurso que seguiu essa categoria teórica é por demais, amplo e extrapola os limites desse estudo, mas ajuda a síntese de Scott (1989, p. 21) nesse sentido:

Minha definição de gênero tem duas partes e várias sub-partes. Elas são ligadas entre si, mas deveriam ser analiticamente distintas. O núcleo essencial da definição baseia-se na conexão integral entre duas proposições: o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder. As mudanças na organização das relações sociais correspondem sempre à mudança nas representações de poder, mas a direção da mudança não segue necessariamente um sentido único.

A autora destaca ainda a finalidade maior do debate e afirma que tal ação deve perpassar os campos da política e institucionais.

O objetivo da nova pesquisa histórica é explodir a noção de fixidade, descobrir a natureza do debate ou da repressão que leva a aparência de uma permanência eterna na representação binária dos gêneros. Esse tipo de análise tem que incluir uma noção do político, tanto quanto uma referência às instituições e organizações sociais. (SCOTT, 1989, p.22).

Na contemporaneidade, esse debate se torna cada vez mais importante e tem adentrado a esfera pública de discussão, ao mesmo tempo em que a imagem e o papel da mulher na sociedade tem se tornado cada vez mais evidente. Com o tempo, graças às lutas promovidas, a mulher vem conseguindo aumentar o seu espaço nas estruturas sociais, abandonando a figura de mera dona de casa e assumindo postos de trabalho, cargos importantes em empresas e estruturas hierárquicas menos submissas.

Homens e mulheres certamente não são construídos apenas através de mecanismos de repressão ou censura, eles e elas se fazem, também, através de práticas e relações que instituem gestos, modos de ser e de estar no mundo, formas de falar e de agir, condutas e posturas apropriadas (e,

usualmente, diversas). Os gêneros se produzem, portanto, nas e pelas relações de poder (LOURO, 1997, p.34).

Nos cargos políticos, apesar de termos superado o fato de nunca ter havido uma presidente mulher no Brasil e também em outros países da América Latina, tais como Argentina e Chile, ainda é desigual a presença de mulheres e homens nos cargos executivos, legislativos e judiciários. O Brasil ocupa o 104º lugar no mundo em representação feminina na política e já tem uma mulher como Presidente da República pelo segundo mandato consecutivo. Isso significa dizer, que a democracia também favorece a inserção da mulher em diversos cenários, levando em consideração o histórico brasileiro em relação a igualdade de gêneros e o preconceito que ainda rodeia essa questão. Raquel Paiva (2008, p. 29) destaca que:

É importante enfatizar que, para além da questão de igualdade de gêneros, o que está se levando em conta hoje, no mundo inteiro, é a preocupação em tornar os centros decisórios mais democráticos, com representações diversas, e a participação da mulher é um dos tópicos de grande influência nesse processo. Trata-se de um movimento generalizado, com institutos e órgãos mundiais de avaliação periódica e com divulgação de pesquisas e interpretações. São inúmeros os sites de referência que dão visibilidade a essa situação, com enfoque global.

Não por acaso, a influência do feminismo tem crescido na sociedade. A luta feminista é pela igualdade entre mulheres e homens, contra o machismo e o patriarcalismo, lutando pela liberdade individual. Mais entre os problemas vividos pelas mulheres na sociedade está a questão da violência, e hoje já existem leis, como a Lei Maria da Penha, e delegacias da mulher em defesa de seus direitos e de seu posicionamento como mulher, que são cada vez mais cercados de “regras” e posturas morais impostas pela sociedade machista que muitas vezes privam os direitos e as liberdades individuais.

No entanto, o paradigma que se destaca é: se a mulher hoje ocupa todos os espaços e ao mesmo tempo continua na busca por seus direitos na prática, e na imprensa, como sua imagem é retratada? Essa disseminação rápida de notícias levanta discussões de diversos tipos de público e dá espaço a formação de opiniões sobre a importância dessa igualdade entre mulheres e homens e o espaço que cada um vem ocupando.

A forma como a mulher é retratada na mídia reflete diretamente em como a sociedade e as mulheres veem a si próprias. Podemos dizer que ao falar sobre a imagem da mulher na mídia, nós falamos também da condição da mulher na sociedade e da própria mulher.

Enquanto alguns veículos trazem uma vertente mais progressista evidenciando a mulher como de fato ela atua na sociedade:

Figura 1 – Outras formas de representação da mulher em outras produções jornalísticas



Outros meios causam polêmica com representações forjadas e forçadas sobre o que simbolicamente “deve” fazer parte do cotidiano da mulher. Casos e notícias como a da mãe que teve seu Facebook bloqueado ao participar de um desafio que seria postar fotos sobre uma feliz experiência com a maternidade. Juliana Reis, de 25 anos, não concordou que a maternidade seria uma experiência feliz, mas que amava seu filho. E ao expor sua visão sobre o que é de fato a maternidade, ela recebeu mensagens de apoio, como também inúmeras críticas e sua rede social foi suspensa.⁴

⁴ <http://extra.globo.com/mulher/mulher-que-rejeitou-desafio-da-maternidade-tem-perfil-no-facebook-bloqueado-defende-nao-depressao-18692046.html>
<http://entretenimento.r7.com/mulher/no-desafio-da-maternidade-mulher-fala-sobre-as-dificuldades-de-ser-mae-e-e-bloqueada-pelo-facebook-17022016>
<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2016/02/mulher-e-bloqueada-do-facebook-apos-rejeitar-desafio-da-maternidade.html>

A nova onda vivida atualmente pelo feminismo, promovida principalmente pelas redes sociais, deu às mulheres o poder de se manifestar sobre a forma como são representadas na esfera pública. Isso nos faz refletir, que em pleno século XXI e todo espaço conquistado pela mulher, ainda nos deparamos com o pensamento que há um limite ao espaço que se deve ocupar e dita estereótipos femininos a serem seguidos. Isso, sem dúvidas, diante dessa disseminação rápida de notícias, gera uma série de debates e discussões sobre o tema e o real espaço e papel da mulher na sociedade contemporânea.

Apesar dos avanços, ainda nos deparamos com uma imagem retrógrada que faz parte da cultura tradicionalista brasileira e percebe-se isso não apenas no jornalismo, como em demais produtos midiáticos e na própria publicidade. Faz-se urgente discutir como a mídia pode ser mais representativa para a mulher real, que não se encaixa em dois ou três estereótipos.

O que acontece não se trata, no entanto, de apenas mais um "acrécimo", seja das mulheres seja de temas e áreas. A subversão que essas incorporações e, principalmente, que os questionamentos feministas vão trazer para o pensamento terá como resultado uma transformação epistemológica, uma transformação no modo de construção, na agência e nos domínios do conhecimento (LOURO, 1997, p.148).

Mas é verdade que enquanto a tradição cultural patriarcal ainda põe a todos sob seu jugo, uma revolução vem acontecendo, às vezes de modo silencioso, outras com barulho. Vemos uma tendência crescente de valorização do lugar das mulheres na sociedade. Esta tendência nasce das próprias demandas e necessidades destas. A comunicação e espaços de mídia tem a função de protagonismo nesta mudança. Jornalistas, comunicólogos e produtores de discursos e sentidos em geral, acabam tendo que se posicionar em meio aos dois polos de representação feminina vigente. No entanto, é fato que não se trata de uma simples escolha por parte dos profissionais da imprensa. Como destacado no início deste artigo, o campo comunicacional é perpassado por rotinas produtivas e disputa de forças e interesses que interferem na veiculação e construção dos conteúdos. Um exemplo elucidativo é a reportagem que causou polêmica publicada em 18 de abril deste ano (2016) na Veja, sob o título de "Marcela Temer: Bela, recatada e 'do lar'", ora objeto de análise deste artigo.

4. "Marcela Temer: bela, recatada e 'do lar'" – Uma análise da matéria jornalística da Revista Veja

A reportagem vai além da notícia, pois apresenta elementos mais sofisticados, além de dispor de variados recursos linguísticos. Pode apresentar levantamento de dados e uma análise sobre eles. Para Charaudeau (2013, p. 221),

Assim sendo, a reportagem deve adotar um ponto de vista distanciado e global (princípio de objetivação) e deve propor ao mesmo tempo um questionamento sobre o fenômeno tratado (princípio da inteligibilidade). É por isso que recorre a diversos tipos de roteirizações, utilizando os recursos designativos, figurativos e visualizantes da imagem, para, por um lado, satisfazer às condições de credibilidade da finalidade de informação (com formatos de investigações, de testemunho, de reconstituição detalhada trazendo a prova da existência dos fatos e da validade da explicação), por outro, satisfazer às condições de sedução da finalidade de captação (dramatizações destinadas a tocar a afetividade do espectador).

Como já abordado anteriormente, o jornalismo deve mostrar, na teoria, imparcialidade. Mas, contraditoriamente, algumas empresas deixam a mostra seu real posicionamento diante de fatos e pensamentos divulgados. O enunciado e a enunciação das narrativas, por elas disseminadas, mostram nas entrelinhas uma grande distância desse conceito de neutralidade. Para o autor, a imprensa escrita apresenta peculiaridades nesse sentido, pois “deve ter um cuidado particular com a maneira de anunciar e apresentar as notícias. Isso é feito através da paginação (primeira página, rubricas, fotos, desenhos, gráficos, tabelas, tipos de colunas, molduras etc) e da titulação (títulos, pré-títulos, subtítulos, leads). (CHARAUDEAU, 2013; p. 233). E acrescenta: “tais elementos constituem formas textuais em si e têm uma tripla função: fática, de tomada de contato com o leitor, epifânica, de anúncio da notícia, e sinóptica, de orientação ao percurso visual do leitor no espaço informativo do jornal.” (Ibdem).

A *Veja* é uma revista de distribuição semanal brasileira publicada pela Editora Abril. Criada em 1968 pelos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta, a revista trata de temas variados de abrangência nacional e global. Seu diferencial é se posicionar muitas vezes, ao coordenar sua linha editorial com alguns dos setores conservadores da direita brasileira, o que a faz alvo de críticas por alguns setores da sociedade e personalidades.

Na matéria de *Veja*, Marcela é denominada uma "mulher de sorte". Ela se casou com o Michel Temer aos 20 anos. O vice, à época com 62 anos, era deputado federal e foi seu primeiro namorado. O casal tem um filho de sete anos. O texto tece elogios ao fato de Marcela ser discreta, falar pouco e usar saias na altura do joelho.

Figura 2 – Reportagem – Revista Veja, nº 2474, publicada em 18 de abril de 2016

veja | Brasil

/ BRASIL

Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”

A quase primeira-dama, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice

Por: Juliana Linhares | 18/04/2016 às 19:14 - Atualizado em 18/04/2016 às 19:14



Marcela, mulher do vice, Michel Temer: jantares românticos e apelidos carinhosos (Bruno Poletti/Folhapress)

Ao afirmar que Marcela é uma mulher de sorte e Michel é um homem de sorte, essa informação estabelece modelos tanto para o homem como para mulher, ou seja, ela tem sorte por ter sido a escolhida de um homem bem-sucedido. Ele, por sua vez, por ter encontrado a mulher recatada que incorporou o arquétipo da donzela pura e bela.

"Marcela Temer é uma mulher de sorte. Michel Temer, seu marido há treze anos, continua a lhe dar provas de que a paixão não arrefeceu com o tempo nem com a convulsão política que vive o país - e em cujo epicentro ele mesmo se encontra." (Veja, edição nº 2474, p.2). Em tal fragmento, é possível perceber a postura da revista diante as atuais manifestações de apoio ao feminismo, que confirma isso ao enaltecer a imagem de Marcela Temer como a mulher que todas deveriam ser. Aquela que se apresenta poderosa e “de sorte” por ainda receber provas de amor, mesmo após 13 anos de casamento, não obstante ao fato de ser 43 anos mais jovem que o marido, despertar a paixão deste ainda é um grande feito.

Destaca-se nesse ponto, provavelmente a maior falha do periódico no que se refere a parcialidade, ao se posicionar dessa maneira numa contemporaneidade destacada pela luta de igualdade em direitos e espaços ocupados de cada gênero.

Numa tentativa óbvia de colocar Marcela Temer, esposa do então vice-presidente, como a primeira-dama perfeita, a revista deu mais ênfase ao pensamento retrógrado e impositor à figura da mulher e seu papel na esfera política. A imagem de Marcela é colocada como “*bela, recatada e do lar*”, nada mais conveniente para a sociedade patriarcal. Afinal, uma mulher bela, recatada e do lar, tal qual a mulher idealizada do século XIX, é de caráter submisso ao pensamento machista que tanto se destacava na época. Além disso, não se atreve a ascender intelectualmente (segundo a matéria, Marcela é bacharel em direito, mas trabalhou pouco e tem um currículo *lattes* sucinto), que se casa com o primeiro namorado e jamais expressa uma postura libertária e tem como único sonho ter mais um filho. Simbolizando um atraso em relação ao que se vivencia como papel da mulher atualmente.

O texto de três páginas foi entendido como a suprema celebração da mulher-bibelô: dócil, submissa e sem ambições profissionais. O que seria um elogio e as características da mulher perfeita para um homem que tem chances de assumir um cargo de extrema importância nos países democráticos: a Presidência. Isso foi o suficiente para desencadear uma onda massiva de reações.

A campanha que começou a ironizar a imagem de Marcela Temer nas redes sociais ganhou força com a publicação de fotos de internautas que mostram o que realmente são, sem rótulos. Com a efervescência tão acentuada que existe na disseminação das notícias, as redes sociais foram invadidas por postagens com reações de indignação ao teor da reportagem, considerado machista, e logo depois ganharam um escopo mais sarcástico e organizado.

Figura 3 – Memes ironizando a reportagem da Veja compartilhados nas redes sociais



Essa repercussão diante de um discurso midiático se explica, segundo Patrick Cheraudeau (2013; p. 142), porquê:

O problema do recorte do mundo operado pelas mídias coloca-se de maneira diferente se considerarmos em sua origem, ao se buscar e selecionar os acontecimentos, ou em seu término, uma vez concluída a seleção, ao se efetuarem as escolhas dos modos de apresentação da notícia, escolhas que, ao mesmo tempo, propõem à instância de recepção uma certa grade de leitura dos acontecimentos do mundo. No primeiro caso, trata-se da estruturação do espaço, no segundo, das operações de distribuição em rubricas e de repartição temática, a primeira dependendo da segunda, e vice-versa.

Apesar de o texto confrontar diretamente as causas defendidas pelo movimento feminista, a repercussão não ficou presa a esse reduto. A reportagem da *Veja*, veículo que deixa bem claro seu posicionamento quanto ao cenário político brasileiro, não poderia ter sido publicada em um contexto pior. Além de vivermos no Brasil um momento de fortalecimento das causas feministas, ela apareceu um dia depois da aceitação do impeachment, que teve Temer como um dos principais articuladores.

Ora, a figura feminina que emerge como ideal na matéria choca-se frontalmente com a imagem da presidente Dilma Rousseff. Marcela Temer representa a típica esposa adereço, que tem como maior mérito, segundo a reportagem, ser do lar e seguir o marido como sombra enquanto, Dilma representa a figura da “a-mulher”, descrita por Schwartzberg (1978) ao refletir sobre a postura de mulheres quando chegam ao poder como Indira Ghandi e Margaret Thatcher. Figuras que não obedecem aos padrões de beleza estabelecidos, não se curva diante da exigência de subserviência feminina que ainda persiste, não cultiva a delicadeza tradicionalmente feminina, mas incorporam os valores e posturas ideológicas de autoridade.

Números, valores, posses, cargos ocupados, influências e trejeitos são destacados nas publicações da revista *Veja*, que por meio da linguagem que se manifesta, entre a popular até o estilo mais formal, quanto se trata de pessoas importantes, valoriza ou até mesmo desqualifica as características abordadas.

De certa forma, a matéria publicada pela *Veja*, apresenta um estereótipo a ser seguido, um tipo ideal de mulher que “serve” para o cenário político, e para um lugar reservado e próprio que é o de primeira-dama e não governante. Esta é uma leitura que pode ser feita, mas o mais emblemático são as colocações no que se refere á relação homem/mulher e seus papéis e comportamentos ditos exemplares para a sociedade.

A enunciação desse discurso midiático da Revista pode ser explicado por Patrick , (2013, p. 161) como:

Assim, a palavra do outro está sempre presente em todo ato de enunciação de um sujeito falante, instituindo de um "dialogismo" permanente entre o outro e o sujeito que fala, fazendo de todo discurso um discurso heterogêneo por definição, uma vez que se compõe frequentemente "dos traços das enunciações do outro". A palavra do outro aparece, entretanto, sob diferentes formas, de maneira mais ou menos explícita, com significações diversas, daí por que seja necessário distinguir diferentes tipos de heterogeneidade, dentre os quais o "discurso relatado."

É notória a ausência de “falas” dos perfilados. A preocupação da revista em situar socialmente, geralmente em posição de destaque econômico e profissional, aparece invariavelmente em primeiro plano. A narrativa não se apresenta, portanto, de maneira humanizada, o que seria garantida pela presença das vozes dos próprios entrevistados, em especial por se tratar da escrita de perfis.

A maneira com a qual a revista destaca a personagem Marcela Temer, a partir da seleção de argumentos e o enquadramento a que se refere sua linha editorial, podem privilegiar a partir de suas características, e evidenciar a importância significativa que levou a ter o seu perfil publicado.

Em suma, nota-se que a publicação semanal não segue uma receita para construir perfis, mas sim, evidencia e faz valer valores que estão ligados de alguma forma a vida da pessoa em questão. Para isso, ressaltam-se a sua posição social e até mesmo aspectos, que por menores que sejam, identificam ou rotulam a partir do enquadramento adotado.

Considerações finais

Em meio aos avanços oriundos das lutas sociais de reconstrução da ideia de gênero, encabeçadas pelos movimentos feministas e já afirmadas nos mais diversos campos e debates acadêmicos, percebe-se em contrapartida, uma disseminação desenfreada da mídia que violenta, ou no mínimo desapropria, solapa, destitui de legitimidade outras formas de ser mulher. Delegando a um único modelo, a imagem digna de elogio. Tal ação precisa ser contestada porque não apenas existe um único padrão de atuação da mulher como este tão exaltado pela referida revista é símbolo de uma minoria e do retrocesso.

Assim, conforme verificado, chegou-se a conclusão de que, neste contexto, faz-se necessário um olhar especial a respeito do conteúdo midiático, de suas formas de produção e

interesses inerentes, a fim de entender e evidenciar uma série de fatores intrínsecos a mídia que a destitui do estatuto de verdade absoluta ou espelho da sociedade.

Nota-se também que a atuação do leitor vem sendo reconfigurada com a popularização da internet. Com as redes sociais, o internauta/leitor, consumidor de notícias, passou a atuar de uma forma mais expressiva, ampliando a interação, e com isso, expondo mais significativamente em conjunto, sua determinada opinião e expressão sobre o assunto em questão. Assim, o espaço deixa de ser restrito quando se trata de repercutir a reflexão que esse episódio nos traz.

Por fim, neste contexto, a mídia passa a exteriorizar as concepções consolidadas ou em fase final de consolidação, muito embora tais concepções possam ser fruto de sua “pedagogia cultural”, permeada por interesses econômicos e políticos. O sentido do discurso que a *Veja* faz, trazendo a matéria “*bela, recatada e do lar*”, como afirma Charaudeau (2013), antes de representar o mundo, representa um pensamento e a finalidade última de normatizar um modelo de mulher.

Vale destacar ainda que esta é uma leitura particular que se faz sobre esse conteúdo específico, mas feita de forma embasada em termos e perspectivas teóricas que ajudam a compreender tanto os bastidores e nuances do jornalismo bem como a construção de discursos que representam resquícios de uma visão cultural tradicional e de certo modo, retrógrada.

ABSTRACT

This article aims to provoke a debate on the effective participation of the media in building the image of the contemporary woman. As theoretical assumptions discussed are some theories of journalism and the notion of gender as a theoretical category. It was necessary brief overview of the historical and social construction of gender, establishing a relationship with the participation and implication of the media discourse in this construction. The object of observation is the article published by *Veja* magazine, which has reverberated to make use of a normative discourse of the female image in modern society entitled: "Marcela Temer: beautiful, demure and home." The report was analyzed from the enunciation of categories, and as a result, it is possible to emphasize that the media discourse is not effective unpretentiously that representations of women paradigms need to be discussed and urgent, and that such debates should take place in the light gender concept.

Keywords: Gender. Media. Image. Magazine journalism.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a Metodologia do Trabalho Científico**. 10 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CHARAUDEAU, **Patrick**. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Correa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

LAGE, Nilson. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol.1, n.1 p.20-25, Jan-Jul, 2014.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. São Paulo: Vozes, 1997.

PAIVA, Raquel. **Política: palavra feminina**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo. Ed. Contexto. 2005.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SCOTT, Joan. **Gender: a useful category of historical analyses**. Gender and the politics of history. New York: Columbia University Press. 1989.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978.