

Entre lacunas e omissões: o déficit de informação na cobertura da Marcha das Vadias nos portais de notícias pernambucanos em 2015¹

Ana Maria da Conceição VELOSO²

Fabíola Mendonça de VASCONCELOS³

Laís Cristine Ferreira CARDOSO⁴

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O presente artigo visa analisar a cobertura realizada pelos portais de notícia pernambucanos sobre a Marcha das Vadias do Recife em 2015. Para realização do estudo, utilizamos como aporte teórico a Economia Política da Comunicação e as Indústrias Culturais, sob a ótica de autores como Mosco (2010), Miège (2000), Wasko (2006) e Rebouças (2005). Quanto à metodologia, além da revisão de literatura, o artigo faz um estudo de caso descritivo e interpretativo, por meio da análise quantitativa e qualitativa dos espaços ocupados pela Marcha. Após análise, percebe-se que a cobertura apresenta a manifestação de forma pontual, sem aprofundar discussões acerca das principais reivindicações das ativistas do movimento, que ficam silenciadas. Trata-se, ainda, da subutilização do potencial informativo da internet pelos grupos de mídia.

Palavras-Chave: Indústrias culturais; Economia Política da Comunicação; Gênero; Macha das Vadias; Direitos Humanos.

O feminismo, como projeto político e pensamento crítico, teve sua explosão no século XIX, no final dos anos 1960 e início dos anos de 1970. Trata-se de uma luta coletiva por retirar as mulheres da sujeição ao domínio masculino patriarcal em todo o mundo. A democratização da vida cotidiana, a luta pela igualdade entre os sexos, a ampliação dos lugares de interlocução na esfera pública e o reconhecimento do lugar das mulheres na história figuraram entre as primeiras reivindicações do projeto feminista de transformação da sociedade.

Contudo, não tem sido fácil para as mulheres o convívio social em meio à dicotomia entre o público e o privado, principalmente porque o confinamento delas ao ambiente doméstico alimenta a subordinação, ocultando suas aspirações sociais, que são interdidas

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, do DT 8 – Estudos Interdisciplinares, do XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 04 a 07 de setembro de 2015.

² Doutora em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do Departamento de Comunicação da UFPE e integrante do Observatório de Mídia/UFPE: Gênero, Democracia e Direitos Humanos. E-mail: anavelosoufpe@gmail.com

³ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e assessora de comunicação do Sindicato dos Servidores Públicos Federais (Sindsep). E-mail: fabiolamendonca@gmail.com

⁴ Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: lais.ferreira@gmail.com

e não aparecem na arena pública. Richard Johnson (1999) compreende que as relações de poder podem contribuir para que temas de interesse social, como as reivindicações das militantes da Marcha das Vadias, permaneçam na invisibilidade.

Existem, naturalmente, profundas diferenças em termos de acesso à esfera pública. Muitas das preocupações sociais não ganham absolutamente qualquer publicidade. Não se trata simplesmente de que elas continuem privadas, mas de que elas são ativamente privatizadas, mantidas no nível do privado. (JOHNSON *in* SILVA, 1999, p.49).

A efervescência revolucionária dos anos de 1970 e 1980 possibilitou que o feminismo colocasse em prática sua proposta de transformação da sociedade na tentativa de inscrever as mulheres na história (SCOTT, 1995), e credenciando-as como sujeito político. Esse legado feminista vem sendo retomado pela Marcha das Vadias, ao colocar na cena pública internacional pautas resgatadas da década de setenta, tais como *nosso corpo nos pertence, meu corpo: minhas regras*, dentre outros jargões que embalaram a militância pela autonomia das mulheres.

A trajetória da Marcha das Vadias tem início em 2011, no Canadá, quando cerca de três mil ativistas foram às ruas para bradar contra a postura de um policial que recomendou que as mulheres evitassem usar roupas provocantes se não quisessem ser vítimas de abuso sexual. A manifestação, conhecida como *Slutwalk*, rapidamente se espalhou para diversas partes do mundo, como Los Angeles, Chicago, Buenos Aires e Amsterdã, quando grupos de mulheres resolveram realizar caminhadas para protestar contra a violência, em oposição aos fundamentalismos religiosos e pela liberdade de expressão das mulheres.

No Brasil, o movimento chegou às ruas ainda em 2011 e se repete desde então, acontecendo em diversos estados, como Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco, Bahia, Paraíba, entre outros, além do Distrito Federal. As reivindicações tiveram ampla cobertura dos grupos de mídia, bem como dos portais de notícias na internet. Trata-se de um fenômeno não só social, mas midiático, ou midiaticizado, uma vez que as indústrias culturais foram responsáveis pela popularização do evento. Estima-se que os atos públicos envolveram mais de 10 mil pessoas no país, em 2011, cerca de 20 mil pessoas em 2012 e mais de 25 mil pessoas entre 2013 e 2014⁵. O fenômeno levou o portal do Jornal do Commercio (JC Online, 2011), do Recife, a traduzir a marcha assim: “Na primeira edição, a manifestação defendeu o direito das mulheres de se vestir, andar e agir de forma livre.

⁵ Estima-se que, em 2014, mais de 200 cidades do mundo realizaram Marchas das Vadias.

(...) Desde então, o movimento cresce na internet e redes sociais, numa espécie de queima dos sutiãs nos dias de hoje” (JC Online – Cidades – 11/06/2011).

O que está em jogo, para as militantes da Marcha, não é somente conferir legitimidade ao discurso ou uma expressão de uma ideologia do feminismo; o movimento apresenta as mulheres como expoentes de uma causa na arena política. O rompimento com a naturalização de que a diferença biológica resultaria em diferença política foi um dos desafios do feminismo, uma vez que essas ideias fundamentaram, por muito tempo, as relações sociais entre os sexos, ao refletir como estão articulados conceitos como poder, patriarcado e diferença sexual: “A diferença sexual é convertida em diferença política, passando a se exprimir ou em liberdade, ou em sujeição. Sendo o patriarcado uma forma de expressão do poder político, esta abordagem vai de encontro à máxima legada pelo feminismo: ‘o pessoal é político’” (SAFFIOTI, 2004, p.55).

Com base nesse percurso, percebemos que o movimento feminista brasileiro também tem sido enfático ao defender como a mídia reproduz o discurso e a ideologia dominante, uma vez que é constituída por uma elite empresarial e política detentora dos meios de produção. Para além de invisibilizar certos temas, há também uma função perniciososa para o exercício da cidadania que a mídia tende a exercer: àquela que apresenta a realidade de modo distorcido, reforçando estereótipos e reproduzindo preconceitos.

A Marcha das Vadias e o olhar da Economia Política da Comunicação

Como uma das estruturas responsáveis pela transmissão e produção e reprodução de subjetividades, a mídia não pode ser enxergada como simples aparato tecnológico, uma vez que assume funções sociais no mundo moderno. Bernard Miége (2000) diz que a esfera da comunicação funciona como um lubrificante geral das relações sociais de produção, de consumo e intercâmbio cultural. “Os media são, acima de tudo, organizações industriais e comerciais que produzem e distribuem bens. (...) A economia política da comunicação está interessada, principalmente, no estudo da comunicação e dos media como bens produzidos por indústrias capitalistas (MURDOCK; GOLDING *apud* WASKO, 2006, p. 33).

Para Graham Murdock e Janeth Wasko, as produções acadêmicas devem cooperar com a exposição de uma visão ampla acerca dos processos comunicacionais resultantes das relações hegemônicas e contra-hegemônicas que explicitam quem tem espaço e quem não tem na esfera pública mundial, além das consequências desses processos para a conformação do que ganha ou não destaque social (MURDOCK *apud* WASKO, 2006).

Muito mais do que constituir sustentáculos para o exercício do poder pelas elites, a mídia pode influenciar a produção mental, uma vez que regula a massificação das ideias de uma época. Esses sistemas operam como se a informação fosse uma obra fútil, perecível, feita pra ser esgotada rapidamente, sem que, nesse consumo, tenhamos conseguido deter algo além do efeito do seu sentido extraviado. Isso porque a velocidade da produção e da utilização instrumental da notícia propagada sem fronteiras e em dissolução consiste em uma das marcas da transformação da comunicação e da cultura em mercadorias.

Tal processo, de tão mecanizado e desumanizado, acaba por esvaziar o significado político intrínseco e constitutivo da produção desse campo social. Trata-se de um dos sintomas de um mesmo fato, no qual temos ao menos dois fenômenos que devem ser estudados de modo integrado ao analisarmos a cobertura da Marcha das Vadias pelos sites de notícias pernambucanos em 2015: (a) a falta de aprofundamento das causas apresentadas pelas mulheres; (b) a invisibilidade feminina no protagonismo das notícias. Tudo isso, como veremos a seguir, colabora com o esvaziamento do sentido político das contestações da Marcha e também possibilita a veiculação de imagens que associam as mulheres ao comércio do sexo e ao consumo, como argumentam Ellen Riordam e Hilleer Meehan:

Para os Estados Unidos e as economias globais emergentes, sexo mais dinheiro é igual a poder. A resolução desta equação em estudos de mídia exige a integração do feminismo e da economia política. Esta abordagem integrativa não é simplesmente uma questão de adicionar um ao outro. Em vez disso, defendemos que todos os meios, estruturas, agentes, processos e expressões da mídia encontram sua *raison d'être* nas relações moldadas por sexo e dinheiro⁶ (RIORDAN; MEEHAN, 2002, introdução).

Sendo assim, as dimensões econômicas, simbólicas e materiais que permeiam a relação das mulheres com as indústrias culturais e a totalidade social devem ser aprofundadas de forma integrada, como propõem Michèle Mattelart (1982), Bernard Miége (2000), Vicente Mosco (2010), Pierre Bourdieu (1998) e Éric George (2005) e sublinham Annabelle Mohammadi (1996), Ellen Riordan (2002), Janet Wasko (2006). Com destaque para a emergência, na academia, dos estudos nos quais:

La necesidad de subrayar la articulación con la totalidad social nos lleva, antes de abordar el tema, a intentar definir de manera general, y a muy grandes rasgos, el papel que desempeña las industrias culturales y el aparato de comunicación y de cultura de masas con el cual se vinculan en La sociedad, y, por añadidura, a recordar muy someramente el lugar y

⁶ Tradução livre.

la función de la mujer en esta misma sociedad⁷ (MATTELART, 1982, p. 5).

As indústrias culturais e a Economia Política Feminista

A origem dos estudos acerca das indústrias culturais, com essa denominação, remonta do final da década de 1970, tendo como marco as contribuições da escola francesa. Dentre as principais referências inspiradoras desta corrente estão as produções de Marx, Engels, Gramsci (pouco citado), Adorno, Horkheimer e Habermas, que deram base para as reflexões de Mattelart, Miége e Flichy, na França; Murdock e Golding, na Inglaterra; Mosco e Tremblay, no Canadá/Quebec; e outros.

Já o termo indústrias culturais é percebido como uma ampliação do conceito frankfurtiniano de indústria cultural em um campo diverso, um “conjunto de ramos, segmentos e atividades auxiliares industriais e distribuidoras de mercadorias com conteúdos simbólicos, concebidas por um trabalho criativo, organizadas por um capital que se valoriza, e destinadas finalmente aos mercados de consumo, com uma função de reprodução ideológica e social” (ZALLO, 1988, p. 26).

A refuncionalização do conceito não recusa inspiração no que Theodor Adorno e Max Horkheimer defenderam, ainda nos anos de 1940, quando observaram utilização do termo “indústria cultural” em lugar do conceito já consagrado “cultura de massa”. Os filósofos contrariaram o que os grupos dominantes difundiam, ao alegar que as produções exprimiam o desejo genuíno das classes populares, como percebe Rodrigo Duarte: “(...) sob o predomínio da cultura massificada, a presumida inutilidade do bem cultural, em vez de subverter o caráter mercantil do produto, acaba por reforçar o caráter de valor de troca que ele, numa sociedade capitalista, necessariamente possui” (DUARTE, 2010, p. 63).

Anamaria Fadul e Edgard Rebouças (2005) afirmam que, enquanto o conceito frankfurtiniano teve base ético-filosófica, o de indústrias culturais nasceu a partir de estudos de cunho socioeconômicos, focados nas relações assimétricas de poder político, tecnológico e econômico que norteavam a distribuição de informações pelos países detentores do capital para as demais nações desprovidas de tais recursos, classificadas como “em desenvolvimento” (UNESCO, 1982, p.238). Também no fim da década de 1970, emergem, na academia, debates sobre a necessidade do estabelecimento de uma Nova Ordem Mundial

⁷ Tradução nossa: A articulação com a totalidade social nos leva, antes de abordar o tema, a tentar definir, em termos muito gerais, o papel das indústrias culturais e dos aparelhos de comunicação e de cultura de massa e como se vinculam com a sociedade, além de recordar, muito brevemente, o lugar e o papel das mulheres nesta mesma sociedade.

da Informação e Comunicação (NOMIC), que constata a concentração do poder nos grupos de mídia e a necessidade de uma maior diversidade da produção de mercadorias. Outra colaboração foi apresentada, em 1980, em um colóquio que a Unesco promoveu, em Montreal, no Canadá, quando os/as pesquisadores/as presentes decidiram que:

Em geral, considera-se que há indústrias culturais a partir do momento que os bens e serviços culturais são produzidos, reproduzidos, estocados e distribuídos segundo critérios industriais e comerciais: ou seja, uma produção em larga escala e um tipo de estratégia prioritariamente econômica se sobrepondo ao desenvolvimento cultural (UNESCO, 1982).

Enquanto Bernard Miège entende que as pesquisas francesas traduzem “a face econômica da comunicação, a formação dos grandes grupos econômicos transnacionais, os fenômenos de dominação que se criam e os aspectos estratégicos dos fluxos transnacionais de dados ou de produtos culturais” (MIÈGE, 1996, p. 44), Janeth Wasko compreende a economia política como sendo o estudo que analisa:

(...) as relações de poder envolvidas na produção, distribuição e consumo dos *media* e recursos de comunicação num contexto social mais alargado. A Economia Política da Comunicação privilegia, ainda, questões relacionadas com o poder das classes, mas não com a exclusão de outras relações, e realça a natureza complexa e contraditória de tais relações. A Economia Política da Comunicação desafia, principalmente, o desenvolvimento dos *media* e da comunicação, que debilita o desenvolvimento de sociedades equitativas e democráticas (WASKO, 2006, p. 53)

A partir daí, é evidente a tentativa de criar uma disciplina autônoma que percebe a comunicação e a cultura não apenas sob o ponto de vista econômico, mas social. Uma disciplina que deve empreender uma visão holística acerca dos fenômenos sociais para analisar a realidade. Desse modo, concordamos com o que o pesquisador Éric George argumenta: “(...) as atividades de informação e cultura não podem se desenvolver fora dos contextos sociais dos quais fazem parte. Além das condições econômicas, toda criação de ordem simbólica é submetida a condições sociais de produção mais ou menos específicas” (GEORGE, 2005, p. 8).

A Marcha nos Portais de Notícia Pernambucanos em 2015

O quadro teórico-metodológico da economia política feminista é importante recurso quando da análise da inserção do tema Marcha das Vadias, em 2015, nos portais de notícias dos principais grupos de mídia pernambucanos, por revelar tendências investigativas em torno da presença das mulheres em pautas relacionadas aos seus direitos.

Vincent Mosco, Carolyn M. Byerly e Karen Ross (2006) revelam que, quando teorizamos acerca da posição das mulheres nas indústrias culturais, devemos pesquisar, dentre outros aspectos, as microestruturas: se os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação analisam a representação delas como sujeitos promotores dos seus direitos humanos. Estudos com tais características, como o presente trabalho que analisa a cobertura on-line dos portais de notícias pernambucanos sobre a Marcha das Vadias 2015, podem espelhar tendências e ajudar na caracterização das relações entre homens e mulheres no campo onde as indústrias culturais estão se desenvolvendo. Nesse sentido, foram analisadas cinco matérias sobre a marcha, veiculadas pelos portais relacionados abaixo.

Tabela 1. Caracterização dos portais de notícias analisados nesse estudo

PORTAL ESTUDADO	GRUPO A QUE PERTENCE
IG Pernambuco	É a sessão dedicada a notícias de Pernambuco do portal de notícias nacionais IG. O IG é um provedor de acesso à internet de propriedade da empresa portuguesa Ongoing. Além do provedor e do portal de notícias, também abriga sites importantes como o noticiário Último Segundo, o iG Gente, o iG Esportes, a TV iG, o iG Economia e o Delas.
NE 10	Foi o primeiro site de notícias de Pernambuco e faz parte do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC), do qual também faz parte o Jornal do Comercio. Publica notícias não só de Pernambuco, mas também nacionais e internacionais e possui parceria com o portal UOL.
DiariodePernambuco.com	É a versão on-line do Diário de Pernambuco, jornal mais antigo em circulação na América Latina. O site é uma variação do portal Pernambuco.com, e ambos pertencem ao grupo Diários Associados, que também possui 14 jornais, três revistas, 12 rádios, oito redes de televisão e 16 sites de notícias espalhados por seis estados do Brasil e o Distrito Federal.
FolhaPE	Reúne notícias locais, nacionais e internacionais, além de conteúdo de entretenimento, todos ambientados em forma multimídia. O portal é integrado aos demais veículos de comunicação do Grupo EQM: Rádio Folha FM 96,7 e jornal Folha de Pernambuco.
LeiaJá	Integra o Sistema de Comunicação LeiaJá LTDA. Surgido em 2011, o portal conta com aproximadamente 30 profissionais em sua equipe e oferece cobertura jornalística tradicional, abrangendo temas como política, economia, cidades, esportes, tecnologia e cultura.

A análise das matérias publicadas nos portais que realizaram a cobertura da Marcha das Vadias será possível por meio da realização de um estudo de caso descritivo ou interpretativo, por tentar desvelar as questões apresentadas quando da interpretação dos dados coletados. De acordo com Robert Stake (2000), a investigação deve considerar: a natureza do caso; o histórico do caso; o contexto (físico, econômico, político, estético etc.); outros casos pelos quais é reconhecido; os informantes pelos quais pode ser conhecido. Todas essas características têm forte relação com a natureza da observação empreendida nesse artigo, visto a pluralidade de veículos, posições das mulheres nas notícias, conteúdos veiculados, pautas sobre a Marcha e o contexto onde o meio de comunicação está inserido, o que nos leva também a refletir sobre a produção de Robert Yin:

Como esforço de pesquisa, o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. (...) Em todas essas situações, a clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de compreender fenômenos sociais complexos. Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real - tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores. (YIN, 2001, p. 21)

Uma cobertura deficitária

A Marcha das Vadias do Recife em 2015 aconteceu em 30 de maio e levou cerca de mil ativistas às ruas, de acordo com dados das organizadoras. Apesar de possuir um caráter pacífico e reivindicar, dentre suas bandeiras, o combate a qualquer tipo de violência contra mulher, seja ela física, psicológica ou simbólica, a manifestação foi marcada por conflitos envolvendo uma travesti impedida de usar o banheiro público feminino e por agressões físicas sofridas pelas participantes da marcha durante o trajeto. Ao analisar as matérias publicadas nos cinco portais, pode-se dividir a cobertura sobre a Marcha das Vadias em duas vertentes: a primeira, cujas matérias têm como foco a realização da caminhada, e a segunda, cujo tema principal girou entorno do conflito ocorrido durante o percurso da manifestação, que envolveu participantes do protesto e vendedores ambulantes.

Na primeira linha, que tem como destaque os portais JC Online e FolhaPE, podemos observar uma cobertura informativa, limitando-se a relatar a ocorrência da marcha, a história do movimento e seu objetivo. Após os textos principais, foram colocados intertítulos para relatar os “incidentes” ocorridos durante o protesto. Já na segunda tendência, os sites Diário de Pernambuco.com, Leia Já e IG Pernambuco, deslocam o foco da cobertura para o conflito ocorrido durante a realização da marcha, em detrimento da importância da manifestação e de suas reivindicações. Essa percepção fica evidente, inclusive, desde os títulos das matérias: “Ativistas ficam feridos na Marcha das Vadias do Recife” (Diário de Pernambuco.com – Local – 30/05/2015); “Marcha das Vadias termina em confusão no Recife” (LeiaJá – Notícias – 30/05/2015) e “Marcha das Vadias termina em confusão no Recife” (IG Pernambuco – Notícias – 30/05/2015). No que concerne aos sites Leia Já e IG Pernambuco, esse último publicou na íntegra matéria veiculada pelo primeiro. Destacamos, ainda, que o Leia Já é um portal de notícias hospedado no IG e serve como fonte de notícias relacionadas ao estado de Pernambuco do site nacional.

Apesar de conseguirmos perceber diferentes focos na cobertura dos sites de notícias pernambucanos sobre a Marcha das Vadias, os textos publicados possuem pontos em comum quando observamos o espaço destinado às reivindicações da manifestação e o aprofundamento do tema. Para efeito metodológico, elencamos a seguir as principais bandeiras do movimento, a fim de verificarmos de que modo os portais analisados conduziram esses temas.

Tabela 2 – Propostas da Marcha das Vadias 2015 e bandeiras do movimento feminista

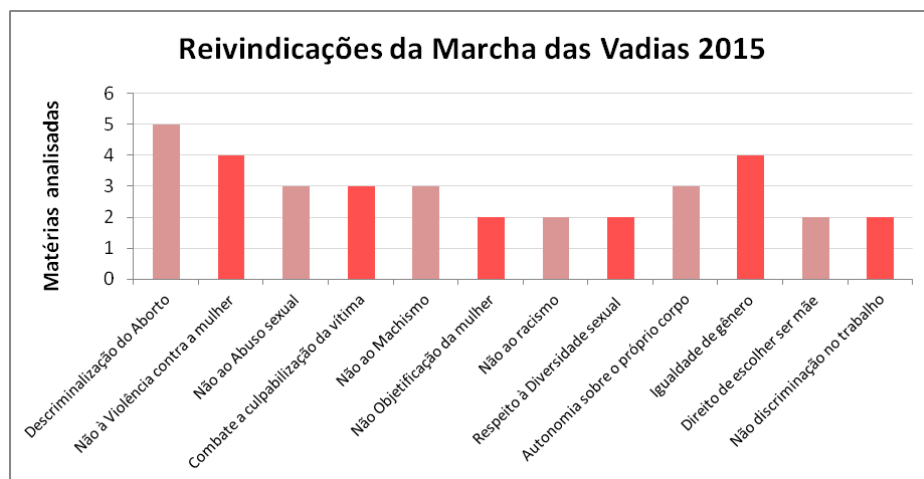
PROPOSTAS DA MARCHA DAS VADIAS	CAUSAS FEMINISTAS
“Saímos em marcha desde 2011 para contestar e desconstruir a ideia de que as mulheres são culpadas pelas agressões que sofrem.”	✓ Combate à culpabilização da mulher pela violência sofrida;
“Pernambuco é um dos estados que mais mata mulheres no País. Em 2014 foram 249 mulheres assassinadas e no Brasil todos os dias aproximadamente 10 mulheres são vítimas de crimes de ódio motivados pela não aceitação do fim de relacionamentos.”	✓ Violência contra a mulher;
“Marchamos porque o Brasil registrou 50.320 estupros em 2013, uma média de quase seis a cada hora, um a cada 10 minutos.”	✓ Combate ao abuso sexual;
“Marchamos porque o aborto é a quinta maior causa de morte de mulheres no Brasil. A maior parte dessas mulheres que morrem vítimas da criminalização do aborto são mulheres negras e pobres. O aborto é uma questão de saúde pública e não um caso de polícia.”	✓ Descriminalização do aborto;
“Lutamos para que as mulheres que decidem ser mães não se sintam sós nesta luta diária, que possuam condições básicas para criar suas crianças, como acesso a creche, saúde, educação, alimentação de qualidade. QUEREMOS CRECHES!”	✓ Direito de escolha sobre a maternidade;
“Marchamos porque a mídia hipersexualiza as mulheres, nos colocando semi-nuas (sic) e objetificando nossos corpos, nos vendendo como produto de prazer e consumo dos homens. Essa mesma mídia com apoio dessa sociedade machista e racista reprime nossas sexualidades, nos rotulam e relegam às mulheres negras o papel de empregadas domésticas, ‘mulatas gostosonas’ ou como uma piada pronta.” Patrimônio	✓ Combate à objetificação do corpo da mulher; ✓ Combate ao machismo ✓ Combate ao racismo;
“Marchamos em defesa à identidade de gênero e pelo respeito às companheiras trans e travestis, que merecem ser tratadas, com identidade que as definem como mulheres sem serem ridicularizadas, excluídas e humilhadas. Marchamos porque o Brasil é um dos países que mais mata pessoas trans, vítimas do machismo, da transfobia e da intolerância (...).”	✓ Liberdade para exercer livremente sua orientação sexual;
“Marchamos porque a mesma sociedade que explora a publicização de nossos corpos voltada ao prazer masculino se escandaliza quando mostramos o seio em público para amamentar nossas filhas e filhos.”	✓ Liberdade e autonomia da mulher sobre o próprio corpo.
“Lutamos para que as mulheres, ao usar transporte público não sejam mais constrangidas com cantadas machistas, nem encoxadas e abusadas por homens. Marchamos pelo direito à cidade; para que ruas, vielas e becos sejam mais seguros para as mulheres negras, trans, lésbicas, bissexuais, e que a noite não seja mais um símbolo de medo de um possível estupro.”	✓ Direito à cidade segura; ✓ Liberdade de ir e vir; ✓ Combate à violência sexual;
“Marchamos para que as mulheres possam ser protagonistas da sua história e donas de seus próprios corpos.”	✓ Autonomia feminina;
“Marchamos ao lado das índias, quilombolas e trabalhadoras rurais, que são força ativa de trabalho e possuem seu meio de (sobre) vivência negado e invisibilizado pelo governo, pelas empresas, pelo latifúndio, pela sociedade.”	✓ Liberdade para todas as mulheres;
“Marchamos contra o sistema capitalista que se sustenta nos colocando em jornadas triplas de trabalho (em casa, no trabalho formal, e ainda no cuidado com as crianças e os e as idosas/os). Nós mulheres recebemos, na maioria das vezes, salários injustos e inferiores aos	✓ Combate à discriminação da mulher no mundo do trabalho;

dos homens, sofrendo por não termos com quem deixar suas (sic) crianças ao irem em busca do sustento diários. Lutamos para nós mulheres negras e pobres não tenhamos mais uma falsa independência ao conseguirmos uma vaga de emprego no comércio e na casa de outras mulheres como trabalhadoras domésticas, onde continuamos sendo exploradas sem o acesso a todos seus direitos trabalhistas.”

FONTE: Elaboração própria. Informações constantes na Carta Manifesto da Marcha das Vadias-Recife 2015 e na Convocatória para a Marcha das Vadias do Recife 2015, assinadas pelo Coletivo Feminista Diadorim, Movimento Zoada e Marcha das Vadias-Recife.

Tomando como base as propostas da Marcha das Vadias, elencamos as seguintes bandeiras a serem identificadas nas matérias: (a) descriminalização do aborto; (b) combate à violência contra a mulher; (c) combate ao abuso sexual; (d) combate à culpabilização da mulher vítima de violência; (e) combate ao machismo; (f) combate à objetificação do corpo feminino; (g) combate ao racismo; (h) liberdade para exercer sua orientação sexual; (i) autonomia sobre o próprio corpo; (j) igualdade de gênero; (k) direito de escolha sobre a maternidade; (l) discriminação da mulher no mundo do trabalho. Essas bandeiras serão analisadas quanto ao seu aparecimento na cobertura e o espaço destinado a elas, bem como sua problematização e aprofundamento. No tocante às reivindicações da Marcha constante nas matérias veiculadas pelos portais, pode-se perceber a citação de todas as bandeiras elencadas, conforme distribuição constante no gráfico a seguir:

Gráfico 1 – Bandeiras da Marcha das Vadias 2015 presentes nas notícias analisadas



FONTE: Elaboração própria

Entretanto, quantidade não significa qualidade. A cobertura realizada pelos portais se deu de maneira superficial, não aprofundando os temas e sem correlacioná-los com fatos da realidade das mulheres. As temáticas de combate à objetificação do corpo da mulher, combate ao machismo, direito de escolha sobre a maternidade e combate à discriminação feminina no mercado de trabalho, estiveram presentes apenas nas matérias veiculadas pelos sites Leia Já e IG Pernambuco. Isso se deve ao fato de que esses portais publicaram texto

que tem como foco a confusão e, ao final, apenas transcreveram, na íntegra, o manifesto da Marcha, sem qualquer aprofundamento ou problematização acerca das reivindicações.

Na apresentação dos outros temas abordados pela marcha, é possível perceber que grande parte dessas bandeiras foram evidenciadas nas falas da organização do movimento ou de fontes entrevistadas. O que poderia ter sido um aspecto positivo, isto é, dar voz às organizadoras do protesto, perde sua função quando ocorre apenas a citação, de modo descritivo, das bandeiras e causas do movimento, sem que o debate em torno da importância social dos mesmos seja realizado. Vejamos os exemplos a seguir:

Apesar da tensão, a marcha seguiu o percurso. Igualdade de direitos entre os sexos e luta contra o machismo são algumas das bandeiras levantadas pela Marcha das Vadias. Gritos de ordem, cartazes e bandeiras serviram para intensificar o debate. Violência contra a mulher, respeito às transexuais e legalização do aborto foram alguns dos temas ressaltados nesta edição. (Diário de Pernambuco.com – Local – 30/05/2015).

O movimento protesta contra o machismo e defende a legalização do aborto e da inclusão dos transexuais no debate dos direitos das mulheres. As feministas saíram em marcha pela Avenida Conde da Boa Vista e seguiram em direção ao Cinema São Luís, na Rua da Aurora. (JC Online – Cidades – 30/05/2015)

Além disso, o uso de determinados termos, tais como a palavra “requerimento”, enfraquecem o caráter político da ação, como podemos observar no texto da Folha de Pernambuco.com: “O protesto é pelo interesse (*sic*) da igualdade entre gêneros, assim como o fim do machismo, a legalização do aborto, entre outros *requerimentos*” (FolhaPE – Cotidiano – 30/05/2015, grifo nosso). Ao utilizá-la para fazer referência às causas da marcha, o significado das reivindicações passa a figurar no campo da solicitação – que pode ser ou não concedida às manifestantes – em lugar de emergir no âmbito do direito inerente a todas as mulheres.

Outra questão importante ocorre quando o jornalista imputa juízo de valor quando da realização da cobertura, a exemplo do que ocorre na matéria publicada pelo JC Online, quando a opção pelo uso de um determinado termo pode descaracterizar o caráter político da Marcha: “Enquanto a estudante dava entrevista ao Jornal do Commercio, um homem tentou desqualificar o *formato debochado da manifestação* e foi rechaçado pelas participantes. ‘Hoje quem fala aqui são as mulheres!’, disse um delas” (JC Online – Cidades – 30/05/2015, grifo nosso)

No que concerne à bandeira da liberdade para exercer a orientação sexual, a Marcha das Vadias visa o respeito às mulheres lésbicas e bissexuais, bem como a inclusão das

transexuais e travestis no debate acerca dos direitos das mulheres. Apesar disso, na concentração da manifestação, ocorrida em uma praça pública do centro do Recife, uma travesti foi impedida de utilizar o banheiro feminino por um funcionário do poder público municipal que trancou as dependências do mesmo e foi embora. Diversos manifestantes intervieram na situação e chamaram atenção de viatura da polícia que passava pelo local. Apesar da pressão dos manifestantes para que os agentes públicos garantissem o direito da transexual, nada foi feito. Diante desse exemplo clássico de negação dos direitos, apenas o JC Online citou o fato em sua matéria.⁸

No início da tarde, ainda na concentração na Praça do Derby, houve tumulto por causa de uma transexual que tentou usar o banheiro público feminino. Um funcionário do local não permitiu sua entrada no banheiro das mulheres e as ativistas tentaram garantir o direito da colega. O funcionário trancou o banheiro e se retirou da praça”. (JC Online – Cidades – 30/05/2015).

No que se refere aos elementos não-textuais, todas as matérias publicadas utilizaram fotos, que atribuíram, além da ilustração do texto, apelo visual à notícia, característica da própria mídia na internet, que tem como fundamental a integração entre texto, imagem e som. Os portais FolhaPE, Leia Já e IG Pernambuco exibiram galerias de fotos, com ampla utilização de imagens sobre o conflito entre manifestantes e vendedores ambulantes ocorrida durante a marcha. Os sites JC Online e Diario de Pernambuco.com publicaram imagens dos cartazes utilizados durante a manifestação e de manifestante com pinturas pelo corpo, respectivamente, e com a exibição dos seios. Ainda sobre a cobertura, pode-se destacar uma peculiaridade: a presença de agentes de órgãos públicos como personagem/fonte oficial das matérias, subsidiando informações relativas ao trânsito e a segurança durante o protesto.

Considerações Finais

Ao analisar a cobertura da Marcha das Vadias pelos portais de notícias de Pernambuco em 2015, este estudo buscou relatar o tratamento e o espaço que tal movimento vem recebendo desses veículos de comunicação, os quais compõem importante setor midiático. Tendo como base teórica a economia política da comunicação e as

⁸É possível perceber que a situação foi apenas citada no texto, sem a problematização do ocorrido e questionamento acerca do posicionamento dos policiais. Vale ressaltar que Recife possui, desde 2002, a Lei 16780/2002 que criminaliza qualquer ato de discriminação com base na prática e comportamento sexual de uma pessoa.

indústrias culturais, o trabalho, a partir do olhar da economia política feminista, aponta como possível o enlace das relações de gênero face aos determinantes culturais e econômicos do sistema capitalista.

Seguindo essa linha, Ellen Riordan (2004) orienta que é preciso examinar o lugar ocupado pelas mulheres não só como produtoras de conteúdo, mas também como fontes e protagonistas nos processos sociais alimentados por relações - inclusive subjetivas - entre o capitalismo e o patriarcado. Além disso, nas análises, também são dimensionados os discursos jornalísticos acerca das questões de gênero, como parte das dimensões subjetiva e simbólica que norteiam a produção das notícias no contexto dos grupos locais de mídia.

É possível inferir que as notícias veiculadas sobre as Marchas das Vadias nos portais pernambucanos ficaram restritas a cobertura do evento, sem aprofundar a discussão acerca de uma maior totalidade dos problemas enfrentados pelas mulheres e sem oferecer, prioritariamente o espaço para que as porta-vozes dos protestos possam assumir seu lugar de sujeito político também na comunicação. O ponto que teve maior destaque foi a violência contra a mulher, com a publicação, em algumas matérias, de dados e informações adicionais sobre o fenômeno. No entanto, não houve espaço para discussão das causas e do impacto dessa violência, bem como apresentação de medidas, por parte das autoridades competentes, para enfrentar o problema.

Ao fazer essa opção, os portais de notícias - plataformas que possibilitam a fusão de diversos meios (imagem, som, vídeo e texto) e a junção de muitas informações em uma só página - não transmitiram ao leitor informações suficientes para que esse realizasse uma análise crítica acerca desses problemas. Ao apenas enumerar as reivindicações, sem problematizar as relações de poder estabelecidas socialmente em torno da opressão feminina, nem mesmo quando as militantes da Marcha são agredidas publicamente por homens que não admitiram que sua estratégia política ganhasse as ruas, esses veículos fazem a perigosa escolha de ocultar, ou mesmo, silenciar, na cobertura, um aspecto fundamental das causas feministas: a autonomia das mulheres sobre seu próprio corpo.

Atuando de tal forma, a cobertura expõe lacunas e não oferece a real dimensão da situação vivenciada pelas mulheres pernambucanas que, em 2015, ocuparam as ruas para levantar diversas questões que não dizem respeito apenas à população feminina, mas espelham as relações assimétricas entre homens e mulheres. Quando perdem a oportunidade de problematizar a objetificação do corpo feminino, o aborto e a liberdade sexual, por exemplo, os veículos deixam de interpretar, para seu público, faces importantes da realidade

experimentada pelas mulheres, sobretudo por não aprofundar as diversas formas de violência que são reeditadas pela reprodução de desvalores, como o machismo.

Desse modo, o estudo de caso da Marcha das Vadias nos ajuda a entender como os processos sociais engendrados pelas mídias têm influência na fabricação de mensagens, podem reprimir demandas sociais pela liberdade de expressão, ocultar informações e propagar a ideologia dos grupos empresariais e políticos tanto entre o público quanto entre os profissionais do setor.

Referências

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, G. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Edusp, 1971

BYERLY, Carolyn M; ROSS, Karen. **Women & Media: a critical intodution**. USA: Blackwell Publishing, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

DIARIO DE PERNAMBUCO.COM. **Ativistas ficam feridos na Marcha das Vadias do Recife**. 30 mai 2015. Disponível em < http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2015/05/30/interna_vidaurbana,578985/quinta-edicao-da-marcha-das-vadias-ocorre-no-recife.shtml > Acesso em: 06 jun 2015, as 20h10.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

FADUL, Anamaria; REBOUÇAS, Edgard. **Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência**. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom. CD-ROM

GEORGE, Eric. Elementos de reflexão sobre a dimensão sociologia do ponto de vista da economia política da comunicação e da teoria das indústrias culturais. In: **Revista de economia política de las tecnologías de la información y comunicación**, v.7, n. 5, may.-aug 2005. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.2,2005/EricGeorge.pdf>>. Acesso em: 25 mar 2008, às 16h.

IG PERNAMBUCO. **Marcha das Vadias termina em confusão no Recife**. 30 mai 2015. Disponível em < <http://pernambuco.ig.com.br/noticias/2015/marcha-das-vadias-termina-em-confusao-no-recife> > Acesso em: 06 jun 2015, as 20h32

JC ONLINE. **Cerca de mil ativistas protestam na Marcha das Vadias no Centro do Recife**. 30 mai 2015. Disponível em < <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2015/05/30/cerca-de-mil-ativistas-protestam-na-marcha-das-vadias-no-centro-do-recife-183661.php> > Acesso em: 06 jun 2015, as 19h55

_____. **Descontração na Marcha da Vadia do Recife**. 11 jun 2011. Disponível em < <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2011/06/11/descontracao-na-marcha-da-vadia-do-recife-7113.php> >, Acesso em 03 mar 2015

JOHNSON, Richard. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 9-131.

LEIA JÁ. **Marcha das Vadias termina em confusão no Recife.** 30 mai 2015. Disponível em < <http://www.leijaja.com/noticias/2015/05/30/marcha-das-vadias-termina-em-confusao-no-recife/> > Acesso em: 06 jun 2015, as 20h51

MATTELART, Michèle. **Mujeres e industrias culturales.** Barcelona: Editorial Anagrama, 1982.

MIÈGE, Bernard. **O Pensamento comunicacional.** Petrópolis: Vozes, 2000.

MOHAMMADI, Annabelle Sreberny. Comunicacion y desarrollo: un vínculo necesario. In: PORTUGAL, Ana Maria; TORRES, Carmen. **Por todos los medios: comunicación e género.** Ediciones de Las Mujeres, Santiago, Chile: Isis Internacional, n.23, 1996. p. 17-35.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication.** London: Sage Publications, 2010, 2ed.

PORTAL FOLHA PE. **Marcha das vadias toma conta das ruas do centro do Recife.** 30 maio 2015. Disponível em < <http://www.folhape.com.br/cms/opencms/fohape/pt/cotidiano/noticias/arqs/2015/05/0398.html> > Acesso em: 06 jun 2015, as 20h24.

RECIFE. **Lei n. 16780 de 28 de junho de 2002.** Disponível em < http://cm-recife.jusbrasil.com.br/legislacao/263139/lei-16780-02?ref=topic_feed > Acesso em: 05 jul 2015, as 16h20.

RIORDAN, Ellen. The woman Warrior: A feminist political economic analysis of crouching Tiger hidden dragon. In: ROSS, Karen; BYERLY, Carolin M. **Women and media: International perspectives.** USA: Blackwell Publissing, 2004, p.81-103.

RIORDAN, Ellen; MEEHAN, Eileen R. **Sex & Money: Feminism and Political Economy in the Media.** Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.

SAFFIOTI, Heleieth I. B. **Gênero, patriarcado e violência.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SCOTT, Joan. Gênero, uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade.* Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1995.

STAKE. R. E. Case studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (ed.) **Handbook of qualitative research.** London: Sage, 2000, p. 435-454.

TREMBLAY, Gaëtan. La théorie des industries culturelles face au progrès de la numérisation et de la convergence. **Sciences de la Société,** n. 40, p. 11-23, 1997.

UNESCO. **Cultural industries: a challenge for the future of culture.** Paris: UNESCO, 1982.

WASKO, Janet. Estudando a Economia Política dos Media e da Informação. In: SOUZA, Helena (Org). **Comunicação, Economia e Poder.** Portugal: Porto Editora, 2006, p. 29-53.

YIN, Robert. **Estudo de caso - planejamento e métodos.** 2ed, São Paulo: Bookman, 2001.

ZALLO, R. **Economía de la comunicación y la cultura.** Madrid: Ediciones Akal, 1988.