



## **Da autonomia à estereotipização: uma análise midiática sobre como os jornais impressos pernambucanos abordaram a Marcha das Vadias no Recife (2011 - 2013)<sup>1</sup>**

Lais Milla Capistrano dos SANTOS<sup>2</sup>  
Juliano Mendonça Domingues da SILVA<sup>3</sup>  
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

Este artigo propõe uma reflexão sobre a cobertura midiática dos três maiores jornais impressos em circulação do estado de Pernambuco (Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco e Folha de Pernambuco), envolvendo a Marcha das Vadias no Recife, entre os anos de 2011 e 2013. Questões ligadas ao processo de estereotipização do movimento e de seu sujeito, o feminino, foram levantadas e analisadas com base em preceitos do jornalismo no que diz respeito à construção da notícia e seus critérios de noticiabilidade, assim como nos estudos sobre as Teorias das Representações Sociais e gênero.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marcha das Vadias; Representações Sociais;. Estereotipização; Gênero; Jornalismo.

### **1. INTRODUÇÃO**

Pernambuco é o terceiro estado mais violento para as mulheres<sup>4</sup>. Num país onde 15 mil mulheres são estupradas anualmente e 12 feminicídios ocorrem a cada dois dias, discutir questões de gênero, mídia e representações sociais é fundamental para compreensão da atual situação feminina.

Para reverter o quadro de desigualdades e violência, assim como debater questões ligadas à luta feminista e direitos humanos em vários países, emerge a Marcha das Vadias. O movimento, também conhecido como “Slukwalks”, inicia-se após declaração do policial canadense Michel Sanguinetti de que as mulheres não deveriam se vestir como “vadias” para assim prevenirem-se de estupros. Sanguinetti palestrava no ano de 2011 para estudantes de uma universidade no Canadá sobre o recente estupro sofrido por uma das alunas. Seu posicionamento acerca da violência sexual acarretou

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014

<sup>2</sup> Graduada do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). E-mail: [capistrano.lais@gmail.com](mailto:capistrano.lais@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Unicap, email: [juliano@unicap.br](mailto:juliano@unicap.br)

<sup>4</sup> Dados referentes ao levantamento realizado pelo Instituto Sangrai e Ministério da Justiça em 2012. Disponível em: [http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2012/MapaViolencia2012\\_atual\\_mulheres.pdf](http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2012/MapaViolencia2012_atual_mulheres.pdf).



uma série de manifestações ao redor do mundo, sob a bandeira da não culpabilização da vítima pelo abuso e autonomia feminina em relação aos seus próprios corpos. No Brasil, à pauta acrescentaram-se outras demandas, como a legalização do aborto e o combate à homofobia em 12 cidades brasileiras até setembro daquele ano (JUNQUEIRA e GONÇALVES, 2011). Ao chegar ao Recife, no dia 11 de junho de 2011, o movimento foi organizado através das Redes Sociais pelo estudante de ciências sociais Pedro de Jesus e contou com a colaboração de grupos feministas da cidade. Durante o primeiro encontro, aproximadamente 200 pessoas se reuniram no centro da cidade. Na mais recente edição, aproximadamente duas mil pessoas compareceram ao local<sup>5</sup>. Após o evento, muitos grupos de mulheres voltados para reflexões de gênero se multiplicaram no país e aqueceram a discussão sobre violência e políticas de promoção da igualdade entre os sexos no Brasil (HELENE, 2013).

Diante dos conceitos de gênero na sociedade e seus reflexos para o comportamento social, a análise midiática da imprensa pernambucana na cobertura da Marcha das Vadias, em Recife, é necessária para a compreensão da estrutura social vigente. Estrutura esta, que pode trazer o ser feminino subjulgado e com participação restrita nas pautas das principais redações do estado. Para estabelecer qual o real espaço dado à temática feminista na mídia local serão analisadas dez matérias relacionadas à Marcha das Vadias em Recife nos anos de 2011, 2012 e 2013, através da Teoria da Representação Social, conhecimento oriundo da Psicologia Social, que poderá sugerir respostas ao modo pelo qual as mulheres são retratadas nas páginas impressas. Serão analisados os veículos Jornal do Commercio (JC), Diário de Pernambuco (DP) e Folha de Pernambuco (FP) nas coberturas do movimento e testadas as ideias de estereotipização do feminino e distorção da sua imagem.

## **2. A NOTÍCIA**

A compreensão dos textos e conteúdos analisados sobre a Marcha das Vadias nos três jornais de maior circulação em Pernambuco passa, necessariamente, pelo entendimento do conceito de notícia, sua função dentro do veículo noticioso e sua importância na representação de fatos trazidos em suas páginas. A mídia impressa assume papel educadora e promotora do “bem comum”, ampliando as discussões sociais

---

<sup>5</sup> Dado retirado da matéria referente à Marcha de 2013 no Jornal do Commercio (JC)



através da veiculação da notícia. (BELTRÃO, 1960, p. 66). Entretanto, Pereira Junior (2001), baseado em Park (1972) ressalta que as notícias refletem a lógica econômica de grupos detentores do jornal, priorizadas em função da responsabilidade frente à sociedade. Isso se dá pelo caráter de coesão social e reforço de determinadas realidades, adotados pela mídia, que impulsiona ações e construções de identidades a seus leitores. Tal processo de elaboração da notícia abre espaços para significados ideológicos implícitos e conversa com as ideias de Alsina (*apud* PEREIRA JUNIOR, 2001) ao aproximar a notícia a “um produto da indústria informativa” (PEREIRA JUNIOR, 2001, p.66).

Desconsiderando-a como uma verdade, e sim a tendo como uma versão isolada do fato, Marcondes Filho (1989) conversa com o pensamento de Fontcuberta (*apud* PEREIRA JUNIOR, 2001) ao tratar a notícia como uma fragmentação da realidade, um modo de percepção do real. Para Fontcuberta, analisar os significados contidos em suas entrelinhas é traçar caminhos para compreensão do mundo que nos cerca. Sendo assim, “a política da notícia tende a incentivar permanentemente a passividade, a acomodação e a apatia em seus receptores” (MARCONDES FILHO, 1989, p.15). Este é um dos pontos observado pelos autores, que têm na fragmentação do real o motivador para a passividade social. Neste contexto, o modelo de produção da notícia exerce fundamental importância na estruturação social. Uma série de critérios de relevância para a presença ou ausência dos acontecimentos das páginas do jornal podem ser retratados a partir de determinadas restrições convenções profissionais, edição e apresentação do produto midiático aos leitores. (PEREIRA JUNIOR, 2001). Na etapa de apresentação, Wolf (1994) ressalta o intuito dos veículos de construir um significado reflexivo da realidade, que dispense o órgão informativo e traga à luz o conteúdo representado pela notícia. Dentro deste contexto de significações do veículo, Pereira Junior (2001) destaca a disponibilidade geográfica dos profissionais em se deslocar geograficamente até o local do fato, assim como sua especialização organizacional e temática, como pontos relevantes para análise de conteúdos. Sendo, portanto, a notícia um meio de representação, não de transcrição do real. (PEREIRA JUNIOR 2006). Entretanto, a “manipulação jornalística”, ou seja, a “adaptação ideológica, a estruturação da informação com fins de valorização e de interesse de classes”, não se dá necessariamente como fruto de um processo consciente e intencional dos profissionais de redações (MARCONDES FILHO, 1989, p. 39). Para o autor, o uso e desuso de determinados assuntos/abordagens na matéria pode refletir autocensuras, reforçadas



tanto no âmbito individual quanto coletivo de um grupo social. Entretanto, quando há um rigoroso processo de planejamento da notícia e sua edição, é possível obter maiores níveis de qualidade do produto final (PEREIRA JUNIOR, 2006).

Na garantia da relevância e credibilidade da notícia, outros fatores, para além da fonte, se fazem essenciais. Dentre eles, está o quantitativo e a precisão dos dados trazidos no texto, proporcionais à confiança e ao volume de informações relevantes apresentadas ao leitor (PEREIRA JUNIOR, 2006). Ainda, o uso de personagens constitui importante elemento não apenas para credibilidade do material, mas também para humanização do texto, além de uma maior participação das fontes na construção de argumentos na notícia. A escolha de personagens que ilustrem a matéria cria vínculos, ganchos com a pauta e amplia possibilidades de abordagens. Para tal, o jornalista deve combater a redução de significados intrínsecos na matéria e abrir mão de estereótipos e análises precipitadas de seus entrevistados.

Outros elementos considerados essenciais para a produção jornalística são o fator tempo, que pode limitar o aprofundamento da pauta ou sua participação no veículo, e a “proeminência do ator”, ou seja, sua dada importância hierárquica no contexto social. (TRAQUINA, 2005, p.68).

### **3. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO**

As representações sociais são guias para a interpretação do mundo por parte da coletividade e dão referenciais cognitivos, comportamentais e sociais à vida cotidiana. Elas podem se fazer presentes através do discurso e das mensagens verbais e não verbais, por meio da comunicação, afirmando condutas e pertencimentos materiais ou espaciais do indivíduo, afirma Jodelet (1989). Para um dos pioneiros dos estudos em representações sociais no mundo, o pesquisador Moscovici (2010), a compreensão das sociedades parte, necessariamente, pelas relações e interações baseadas na comunicação social.

Arruda (2002) reforça a função das representações de refletir como os sujeitos sociais constroem seus conhecimentos e realidades em processo de interação com a sociedade por meio da comunicação. As representações são, pois, uma versão, interpretação da realidade e se encontram em constante processo de transformação com o objeto que pretende atribuir significado por meio da interiorização das experiências, normas de conduta e pensamento, transmitidas através da comunicação social.



No entanto, a atribuição destes significados se dá de modo desigual entre os grupos, alega Moscovici (2010). Ao considerar as distorções das informações sobre o objeto representado e o poder de persuasão dos grupos em questão, as representações, exercem forte influência na legitimação do real, assim como dos comportamentos e estereótipos, devido sua veiculação nos sistemas de comunicação de mídia.

Ao tratar da sexualidade como produto de estereotipização, Jodelet (1989) traz a desinformação sobre temas relacionados e a manutenção de uma moral social na construção da representação. Em contraponto entre os valores tradicionais e a liberdade ao corpo e à mente, a autora destaca outro elemento: a regência das representações, legitimadas por autoridades morais e religiosas. Assim, a memória popular, heteronormativa e machista ainda vigora nos padrões comportamentais da atualidade que limita a vivência à sexualidade livre através da coerção e da marginalização do grupo. Muito embora, a definição de tais padrões possa variar de acordo com o contexto histórico e social ao decorrer dos anos.

Tais variações, acordadas nas vivências e memória popular, podem refletir mudanças na construção ou reconstrução de representações sociais. Neste contexto de intervenções ao pensamento comum, por meio das representações sociais, a comunicação midiática se faz um divisor de águas no processo de elaboração, manipulação e aceitação de dada versão da realidade (JODELETE, 1989). Já Moscovici (2010), considera que as representações amplamente partilhadas exercem forte influência na mente de cada um, mas não são pensamentos originados no universo individual, visto que estas são lembranças de outros pensamentos já existentes. A estas representações o autor se refere:

Elas são impostas sobre nós, transmitidas e são produto de uma sequência complexa de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e são resultado de sucessivas gerações (...) uma estratificação na memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente, reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação resente. (Moscovici, 2010, p.37).

No entanto, apesar de sua forte influência impositiva sobre o pensamento comum, o autor reforça a dinamicidade das representações sociais. “Existe uma necessidade contínua de re-construir (*sic*) o ‘senso comum’ ou a forma de compreensão que cria substrato das imagens e sentidos, sem a qual nenhuma coletividade pode operar” (Moscovici, 2010, p. 48). E defende ainda que grupos ou indivíduos buscam “compensações imaginárias”, ressalta, “para solucionar tensões psíquicas e emocionais,



devidas a um fracasso ou a uma falta de interação social”. Tais fatores, além da manipulação do pensamento e comportamento individual, são apontados pelo pesquisador como motivações para seu processo de construção, o qual se baseia na familiarização entre objetos, pessoas e acontecimentos, relacionando-os sob o aspecto da memória e das ideias pré-existentes (MOSCOVICI, 2010, p. 54). “O pensamento social deve mais à convenção e à memória do que à razão; deve mais às estruturas tradicionais do que às estruturas intelectuais ou perceptivas correntes” (MOSCOVICI, 2010, p.57).

Embora Le Bom (*apud* MOSCOVICI, 2010) reforce a reprodução e não a criação de pensamentos das massas, por considerá-las não pensantes e completamente controladas por ideologias da elite organizada, Moscovici contrapõe-se ao afirmar que pessoas convergem em sociedade através de pensamentos consensuais. E traz a necessidade de reconstrução dessas ideias sendo estas ideias comuns e não científicas, que põe por terra a antiga alusão à passividade incondicional das massas. Este pensamento converge com as ideias de Arruda (2002) ao trazer o sujeito como um alguém dotado de criatividade para modificar a realidade. Entretanto, tais expressões do indivíduo em relação à significação de um objeto, quando obedecem a motivações de interesse de alguns grupos em evidência, podem interferir na autonomia de outros. A exemplo, a classificação de mulheres e crianças como uma categoria dominada em contrapartida a homens e adultos como classe dominante. Com esta afirmação, Chombart e Lauwe (*apud* JODELET, 1989) trazem à luz o caráter de redução da autonomia dos primeiros por parte dos segundos, com o fortalecimento dos estereótipos de gênero ou faixa etária através do discurso midiático, sua linguagem e práticas memorizadas. Jodelet baseia-se nos estudos de Doise (1980) para trabalhar a ideia de projeção de características desfavoráveis do dominante sob o dominado. Com intuito de valorizar a própria autoestima e a autoimagem.

Para Marcondes Filho (1989) destaca a fragmentação do real se configura como elemento de construção de estereótipos, pois a simplificação da realidade nas abordagens de mídia contribui com a coisificação do objeto, além de um “esvaziamento crítico” do público (Marcondes Filho, 1989, p.41). Deste modo, a compreensão dos processos de produção e contextualização dos indivíduos no todo se faz ineficaz e deturpa valores de determinados grupos em detrimento ao aspecto sensacional retratado na mídia. Neste contexto, os estereótipos representam cargas de juízos de valor,



baseados em aspectos emocionais, que criam uma interpretação prévia do fenômeno ou objeto para o indivíduo.

Deve-se, entretanto, diferenciar as classificações do processo de estereotipização e reconhecer o caráter valorativo deste conceito, segundo Baccega (1998). Para ela, os estereótipos, quando auxiliam a orientar o indivíduo em seu grupo social quanto às normas para seu equilíbrio e a agilização das percepções, podem ser categorizados como conformidade. Porém, se os estereótipos agem de modo a ceifar a participação e a interação de certos grupos, limitando enquanto sujeitos em sua transformação do real. A estes, Baccega (1998) denominou conformismo. Os estereótipos no campo do conformismo e da anulação de determinados grupos sociais carregam em si o germe de discriminação e do preconceito, como formas de manifestação de poder, defende Baccega (1898). Por tal razão, a autora reforça a necessidade de uma imprensa livre e irrestrita em sua expressão, que assuma papel não apenas mediador, mas também educador no processo de combate aos estereótipos negativos, passados por gerações ao pensamento comum social.

#### **4. A MARCHA DAS VADIAS NO RECIFE SOB UMA PERSPECTIVA MIDIÁTICA**

A Marcha das Vadias do Recife repercutiu nos três principais jornais impressos do estado de Pernambuco: Jornal do Commercio (JC), Diário de Pernambuco (DP) e Folha de Pernambuco (FP). O modo como estes veículos trataram a cobertura do evento é o ponto de partida para a análise deste artigo. Como critério de seleção dos veículos impressos para compor este estudo, foi considerado o longo tempo de existência dos mesmos, além dos expressivos números de exemplares em circulação no estado. Dentre os veículos citados, O JC lidera com a média de 41.239 exemplares em circulação, seguido pelo DP com 24.243, de acordo com dados recorrentes a 2012<sup>6</sup> do Instituto Verificador de Circulação (IVC). Já O FP, conta com 27.262 mil exemplares, entre vendas avulsas e assinaturas<sup>7</sup>.

Para embasar este artigo, a metodologia de análise de conteúdo, que leva à sistematização e interpretação do que de fato está presente, de forma ampla ou velada, nas mensagens midiáticas, assim como a análise do discurso, aprofundamento

---

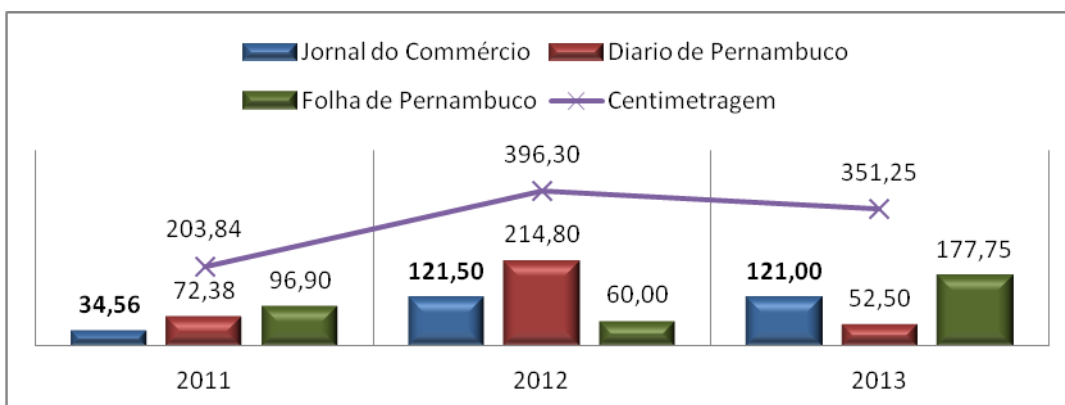
<sup>6</sup> Dados referentes à lista dos 50 maiores jornais brasileiros, publicada pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ).

<sup>7</sup> Dado disponível do site do jornal Folha de Pernambuco.

qualitativo do conteúdo por meio da interpretação de estruturas temáticas, foram adotadas como métodos de estudo e compreensão do material veiculado nos jornais.

Considerando a presença ou ausência de conteúdos nas capas do veículo de acordo com seu grau de relevância para o mesmo, não houve menção do evento em nenhum dos três anos consecutivos por parte dos jornais analisados, com a exceção da edição de 27 de maio do Jornal do Commercio, ano de 2012, apresenta uma chamada<sup>8</sup> no inferior da página. No referido veículo, o título da chamada “Crítica e humor na Marcha das Vadias” apresenta um caráter de dualidade semântica com o texto logo abaixo dele. A suavização do termo “crítica” é observada com a presença da palavra “humor” logo em seguida. O fato sugere, de antemão para o leitor, que o evento retratado nas páginas do jornal é produto de uma ideia ambígua e pouco delimitada sobre o tema a ser reivindicado. De acordo com os estudos de Chombart e Lauwe (*apud* JODELET, 1989) o sexo feminino, em companhia das crianças, é visto pelo senso comum como uma categoria não dominante, portanto, incapaz de tratar temas tão relevantes e decisivos para o coletivo de modo “sério”.

Dentro das páginas noticiosas, chama a atenção os espaços quantitativos dados às matérias sobre a Marcha. Embora tenha alcançado, em linhas gerais, progressões quanto à sua presença nos veículos, tal fato não significa progressão qualitativa nos mesmos.



**Gráfico 01 - Espaço dedicado à Marcha das Vadias no Recife nas matérias**

A primeira notícia a analisada consiste na matéria publicada no JC, no dia 12 de junho de 2011, um dia após o acontecimento da primeira marcha no Recife. A matéria, contida na seção “Rápidas”, da Capa Dois, apresenta-se no canto inferior da página,

<sup>8</sup> Elemento jornalístico que antecipa ao leitor alguns dos assuntos em destaque que o mesmo encontrará nas páginas do jornal.





espaço considerado no campo jornalístico como área de menor incidência óptica do leitor. No título e subtítulo, as palavras “protesta” e “machismo” contrapõem-se semanticamente com o termo “humor”, descaracterizando a busca pela autonomia feminina através de seu cunho sociopolítico, conforme defende o *site* oficial da Marcha das Vadias<sup>9</sup>. Na mesma matéria, não é citada nenhuma liderança feminina na cidade, apenas a presença do organizador da marcha, embora os principais sujeitos do evento sejam as mulheres.

No material correspondente à marcha no jornal Diário de Pernambuco, o evento também é publicado no dia posterior à primeira marcha, na seção Últimas<sup>10</sup> e leva a crer que a ausência de tal conteúdo dentro de outros cadernos reflete em um possível desinteresse do jornal em preencher um espaço maior com a temática neste ano. É importante considerar que, se o evento aconteceu sábado à tarde e o fechamento do jornal se dá ao fim da noite, seria compatível, desde que interesse do veículo, trazer tal matéria na mesma seção, porém na própria data do ocorrido, ou seja, dia 11 de junho. Sua presença dentro das páginas noticiosas dos demais cadernos também refletiria maior relevância para o veículo, pois nos leva à ideia de planejamento deste material, tendo em vista que, como é sabido, as edições de sábado e domingo de um jornal são fechadas nas sextas-feiras.

Voltando às discordâncias semânticas do discurso em questão, a matéria do ano de 2011 do DP utiliza o chapéu<sup>11</sup> “Facebook” remetendo assim a uma visão branda, inanimada e pouco representativa do movimento. “Poucas usavam meia arrastão” (MARCHA, 2011, p. 2) já na primeira frase apresentada ao leitor, remete a uma imagem erotizada, considerando o valor simbólico do adereço e pode ser questionado quanto a sua relevância no texto. Adiante, mais uma vez é sutilmente tocado no que diz respeito à guerra dos sexos, com a ideia de que as mulheres protestam contra os abusos masculinos por que, estes seriam, de acordo com o conceito embutido na expressão, os seus inimigos. Essa noção de que ambos os sexos estão em lados opostos é significativamente visível ao afirmar, com suposto ar de espanto, que “homens também” estarão presentes no evento e que a iniciativa da organização tenha partido de um com “O organizador (sim, um homem), o estudante de ciências sociais Pedro de Jesus” (MARCHA, 2011, p. 2). Assim, o veículo pode inferir um caráter dúbio dos homens

---

<sup>9</sup> Encontrado no endereço: <http://www.marchadasvadias.org/>

<sup>10</sup> Espaço do preenchido próximo ao horário de fechamento do jornal.

<sup>11</sup> Termo jornalístico que remete ao espaço acima do título e que antecipa, através de uma palavra, assunto a ser abordado no mesmo.



para as mulheres diante do leitor. Ao afirmar primeiro como agressor e não aliado, seguido da imagem de salvador e organizador da marcha em defesa feminina.

Já na notícia veiculada no jornal Folha de Pernambuco, única veiculada no próprio dia do evento, o chapéu “Protesto” adianta ao leitor que a marcha refere-se ao tom de reivindicação, no entanto, em nada acrescenta ao seu significado logo abaixo, no título. “Marcha das Vadias acontece nesse sábado” é meramente descritivo, objetivo e direto, sem entretanto agregar significados ao evento. Considerando que o título é elemento fundamental para atrair o interesse do leitor, o referido título em pouco ou nada contribui para despertar o público para a leitura. Não apenas isto, este elemento textual passa, necessariamente pelo crivo de um editor, representante das ideologias e interesses do jornal. A pouca visibilidade ou esmero na busca de um título atrativo também sugere pouca causa do veículo à temática. No corpo do texto, já no lead<sup>12</sup>, é dito que o movimento se configura como um ato “pelo direito das mulheres viverem de acordo com suas vontades e desejos” (VERAS, 2011, p. 2). Entretanto, não é explicitado nesta oração ou no decorrer do texto quais são os direitos que as mulheres reivindicam, muito menos quais são suas vontades e desejos. Este abismo causa uma falha no entendimento da mensagem, visto que não há outras informações sobre este aspecto, tampouco a existência de fontes que representem o grupo retratado. A restrição no texto quanto à participação de “organizações que lutam pelos direitos das mulheres e movimentos ligados a estudantes” (VERAS, 2011, p. 2) tende por limitar a participação de outros grupos, que não se encaixem neste campo citado. Todas as informações tocantes à marcha são aglomeradas em um único parágrafo. Na unidade seguinte, é trazida outra iniciativa popular, no mesmo horário, porém sem ser informado o local, portanto dúbio quanto à simultaneidade com a Marcha das Vadias. Esta notícia, sem relação direta com o evento analisado, pode causar associações errôneas com a temática da marcha e abrandar o movimento.

No ano seguinte, o JC continua na mesma linha semântica do ano de 2011 em relação ao título, ao caracterizar novamente o evento como um acontecimento de “protesto” e “humor”. No segundo parágrafo, uma sensualização pode ser sugerida ao leitor na descrição das vestes (ou ausência delas) pelas participantes: “diversas manifestantes despiram a parte de cima do corpo, cobrindo os seios *apenas* com tintas e adesivos com dizeres contra o machismo” (grifo nosso) (PROTESTO, 2012, p.19). O

---

<sup>12</sup> Primeiro parágrafo de uma matéria jornalística. Neste espaço hierárquico, de acordo com os preceitos da profissão, encontram-se as principais informações contidas no texto.



detalhamento quanto às roupas e ao corpo das mulheres induz ao público o reforço da representação do corpo feminino enquanto objeto sexual, pertencente ao coletivo patriarcal e sexista (JODELET, 1989). Tal enfoque no corpo não se apresenta em relação à imagem masculina, reforçando a ideia de dominação proposta pela autora. São as autocensuras individuais do profissional, relatadas por Marcondes Filho (1989), que regem o trabalho do jornalista e impedem-no de esmiuçar no início do texto, de modo aberto e direto, as reivindicações do movimento, reservando essas explicações para o seu fim. E é ainda de acordo com o pensamento do próprio autor que o fator “lentidão no tráfego” (PROTESTO, 2012, p.19), provocado pela aglomeração de manifestantes na avenida é questionado. Segundo ele, as notícias sofrem adaptações ideológicas em sua estrutura para contemplar valores e interesses de classes. Considerando que, a matéria direciona-se para uma maioria de leitores que trafega nas vias da cidade, a informação sobre trânsito assume larga importância, até mesmo em reportagens onde ela compete com outras temáticas. O jornal parte do pressuposto que a situação do trânsito em acontecimentos como protestos e manifestações é algo esperado pelo leitor, correspondendo deste modo ao senso comum.

No mesmo ano, o Diário de Pernambuco publicou duas matérias referentes à marcha. A primeira, no dia 24 de maio, sexta-feira, portanto véspera do evento. E outra no dia seguinte, 25 de maio, sábado, dia da passeata. Na sexta, a matéria intitulada “Vadias pedem justiça e igualdade” (BRAGA, 2012, p. 6) contém uma carga semântica que pode levar o leitor a inferir uma noção errônea sobre a marcha. “Vadia”, do dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, diz respeito à ociosidade e desocupação. Já no senso comum, corresponde à mulher que não se enquadra nos valores heteronormativos, sociais e morais aceitos pela coletividade. Ao trazer em destaque a palavra “vadia” sem as devidas aspas, o veículo provoca a dedução de que as mulheres que integram o movimento classificam-se na segunda definição citada logo acima. E mais. Também enfraquece o objetivo do grupo de pedir “justiça e igualdade” e sugere certo sensacionalismo por parte do veículo na utilização do termo para atrair o olhar do público à matéria.

A presença masculina, tão enfadonhamente trazida pelo DP em todas as edições da marcha traz à tona os estudos de Beauvoir<sup>13</sup> sobre a necessidade feminina em

---

<sup>13</sup> Simone de Beauvoir, escritora francesa, considerada uma das precursoras dos estudos de gênero na década de 1960. Suas pesquisas basearam avanços no campo acadêmico e impulsionaram manifestações feministas ao longo da história do feminismo ocidental moderno.



formular uma autoimagem de acordo com a visão de outro indivíduo (sendo este o homem) sobre si. A constante afirmativa do jornal em questão sobre o apoio masculino à causa pode sugerir às leitoras e aos leitores que, assim como dita o senso comum, o sexo feminino é frágil e incapaz de mobilizar sozinho um evento de tal magnitude, que discuta temáticas específicas e complexas. Portanto, passível à condescendência masculina em apoiar o evento. No ano de 2012, o combate à violência doméstica e ao estupro são trazidos sem as devidas separações ou associações temáticas. Assim como não é detalhado a reivindicação pela descriminalização do aborto, tema considerado polêmico e incômodo para as fatias mais conservadoras da sociedade. Por tal razão, o jornal opta por não aprofundar a temática e não se contrapor ao senso comum no que diz respeito aos seus valores pré-estabelecidos. No dia seguinte, a matéria dedicada à marcha de 2012 apareceu bem menor (56 cm<sup>2</sup>) do que na edição da sexta-feira (158,8 cm<sup>2</sup>). Com o título de “Hoje *tem* a Marcha das Vadias” (grifo nosso) (HOJE, 2012, p.8), o jornal supracitado remete ao linguajar popular, associando a mensagem exposta a uma ideia de convite e aproximação com o leitor através da palavra “tem”. Entretanto, não é abordado no lead da matéria quais os anseios do grupo e suas motivações de modo amplo, uniformizando o discurso feminista em uma única pauta, a violência doméstica. Em contramão ao título do DP, o jornal Folha de Pernambuco recorre à linha meramente descritiva na edição de 2012 com “Marcha das Vadias ocorre hoje” (GORGA, 2012, p. 3). Na matéria, as menções a roupas e fragilidade feminina podem ser encaradas como um posicionamento inconsciente da repórter em relação às causas e justificativas que levam a violências contra a mulher. Este pensamento se baseia na ideia de dominação do feminino pelo masculino, citada por Jodelet (1989). É compreendido em culturas sexistas que o corpo da mulher é um pertence do dominante (neste caso o homem adulto) e não um espaço individual e passível à mulher. Ainda, a afirmativa da mesma de que estes são os questionamentos que regem a marcha de 2012 pode resultar numa simplificação das temáticas e direcioná-las para o viés do estupro, esquecendo assim todas as demais pautas envolvidas na mobilização.

Na mais recente edição da Marcha das Vadias do JC, em 2013, a matéria referida ao acontecimento foi publicada na Capa Dois do dia seguinte ao evento, tal qual o ano de 2011. O número de participantes desta (três mil pessoas, segundo o jornal) é o é o gancho <sup>14</sup> utilizado para despertar o interesse pela leitura e trazido como destaque no

---

<sup>14</sup> Jargão jornalístico para se referir à deixa ou direcionamento adotado na matéria.



lead do texto. Nele, assim como nas demais estruturas da notícia não é tocado nas temáticas de forma direta e precisa, apenas referindo-se de forma branda e ampla a “direitos das mulheres” e “autonomias sobre nosso corpo”, como cita uma fonte. Logo após, o trecho “Muitas mulheres, apenas de calcinha, exibiram os corpos pintados com frases de efeito.” (MARCHA, 2013, p.2). Aqui, é importante destacar o isolamento da expressão “apenas de calcinha” entre vírgulas, que pode direcionar a uma ênfase dada pelo jornal à ausência de vestimentas das mulheres. Uma das razões para que este fato fosse retratado com tamanha distinção pode ser associada à comum estereotipização do corpo feminino na mídia como meio de fixar o olhar da audiência no texto. Em sequência, o termo “exibiram” para se referir às mulheres que continham frases de efeito - nenhuma delas com o conteúdo mencionado na notícia – carrega consigo um ar de exposição, sensualização e intenção em mostrar, conquistar, despertar sexualmente a atenção para os corpos que se supostamente se *exibem* (grifo nosso).

Tal qual o JC, o Diário de Pernambuco volta a publicar a matéria sobre a marcha de 2013 no caderno de Últimas, como no ano de 2011. Assim como ocorre na matéria noticiada pelo FP no ano de 2012, o discurso descrito na matéria sobre a sexualidade feminina remete à reprodução e reafirmação dos conceitos e estereótipos ligados ao tema. . “Entre os militantes (também havia homens), garotas com pouca roupa, seios de fora e frases de protesto pintados no corpos (sic)” (VADIAS, 2013, p. 2). Na mesma frase onde se reforça a existência masculina no evento, anula-a, pois somente “garotas” são mencionadas seminuas, instigando o protesto com palavras pintadas nos corpos. O que nos leva a crer que, se os homens não acompanharam o ato, provavelmente não participaram do evento, o que é derrubado por terra ao enfatizar anteriormente sua presença. Outra hipótese é que o corpo masculino não se configura com a mesma importância na estrutura da notícia para o veículo. Sendo, portanto, passível à interpretação de que a mídia exerce maior interesse pelos corpos das mulheres do que dos homens, devido às representações discutidas anteriormente no tocante à estereotipização dos conceitos de gênero. Assim, a escolha por palavras, expressões e estruturas que evidenciam caráter de dominação, exploração ou erotização do corpo feminino reforça, ao invés de combater, os esterótipos que limitam e coíbem a autonomia do gênero.

Por fim, a cobertura desenvolvida pelo jornal Folha de Pernambuco para a Marcha das Vadias de 2013 apresentou um considerável crescimento nesta edição (177,75 cm<sup>2</sup>), que agora assume espaço de meia página no caderno de Grande Recife,



muito embora tenha sido a única, dentre todas as analisadas nos três jornais entre 2011 e 2013, a ser publicada na segunda-feira, 27 de maio, dois dias após o ocorrido. Se nas duas edições anteriores os títulos em pouco ou quase nada acrescentavam semanticamente ao texto, nesta a escolha por “Mulheres unidas contra a opressão” (BEZERRA, 2013, p. 4) é dotada de significados relacionados à aglomeração, multidão e autonomia popular e reflete num possível apoio do veículo à causa, assim como o termo “tomou as ruas do Recife”, logo no lead. Esta é também a única matéria de 2013 que não menciona as pinturas no corpo, enfaticamente, *nu* (grifo nosso). Ao contrário, a nudez se faz um elemento presente, mas como instrumento de contestação política aos padrões de beleza pré-estabelecidos, cumprindo assim um papel educador e estimulador do pensamento crítico popular, capacitando deste modo os leitores a refletir e reformular representações sociais acerca do tema. Também foi o único veículo dos três que citou, entre outras pautas pouco contempladas pela imprensa, o combate ao racismo e à homofobia.

O que se pode concluir, portanto, que o material com maior repeito às reivindicações, assim como o de maior cautela na construção textual, evitando estereótipos contrários à marcha, foi o publicado no dia 27 de maio de 2013, no jornal Folha de Pernambuco. Pelas razões supracitadas acima é possível destacar esta edição dentre as demais, por contribuir com a busca pela autonomia feminina. Seja por coincidência ou por demais motivos, todas as matérias - assinadas - nos três veículos foram produzidas por mulheres, levando a crer que a linha editorial dos mesmos considera-as mais aptas para abordar o tema. Muito embora, mesmo sendo assinadas por repórteres do sexo feminino, os conteúdos não são isentos de estereótipos e pensamentos dominantes no senso comum em relação à autonomia das mulheres.

No que diz respeito à abordagem dos três principais jornais da imprensa pernambucana, foi detectado um caráter semelhante entre o Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco na abordagem do corpo feminino, que abre margens para a estereotipização e erotização da mulher. Somado a esta questão, uma frequência quanto à menção da participação masculina se fez presente nos três veículos, em especial no Diário de Pernambuco, que enfatizou o fato em todas as suas quatro matérias analisadas e, assim, acabou por contribuir com o reforço de representações sociais de gênero. Em contrapartida, o jornal Folha de Pernambuco, que iniciou suas coberturas com espaço pouco expressivo, do ponto de vista semântico e visual das páginas, apresentou um significativo crescimento da temática no impresso.



Embora o foco defendido pelos participantes da marcha se inicie na conscientização do coletivo para questões de gênero e as relações sociais baseiem-se na comunicação, a mídia em pouco contribuiu na construção da autonomia feminina. Mais que isto. A Marcha das Vadias no Recife ainda é trada, em maioria das matérias, de modo superficial e periférico, com destaque para a exploração do corpo feminino, tanto em texto quanto em imagens, nas páginas dos principais jornais de Pernambuco. Em poucos casos, a imprensa em observação transcendeu os estereótipos sexistas e patriarcais de dominação do feminino e contribuiu de forma positiva para os avanços das lutas e conquistas femininas no espaço coletivo e na reconstrução de representações sociais. Embora seja ainda pouco relevante, o espaço dedicado a eventos desta natureza tende a crescer nas páginas dos jornais. O número de adeptos apresentou-se nestes estudos como um dos fatores de destaque para as sutis mudanças de abordagens, agora um pouco mais cautelosas, quanto à marcha. Ao visualizar-se a Marcha das Vadias como um acontecimento mundial, que marcou a trajetória de lutas feministas e vem alimentando a uma série de pautas diversas e fundamentais à mulher contemporânea é possível apontar mudanças sociais locais e globais – ainda que lentas - através da comunicação.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, Angela. Teoria das representações sociais e teorias de gênero. **Cad. Pesqui.**, São Paulo, n.117, dez. 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/cp/n117/15555.pdf>. Acessado em 18 nov. 2013.

BACCEGA, Maria Aparecida. **O estereótipo e as diversidades**. Universidade de São Paulo, 1998. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36820>. Acessado em: 19 nov. 2013

BRUGGER, Andrey da Silva; RODRIGUES, Júlia Martins. A Marcha das Vadias: Breves notas e luzes sobre o caminhar, despertar e inserção das mulheres na sociedade brasileira. **Revista do Instituto do Direito Brasileiro**, Lisboa, Portugal, v. 1, n° 8, p. 4549 - 4574, ago, 2012. Disponível em: [http://www.idb-fdul.com/uploaded/files/2012\\_08\\_4549\\_4574.pdf](http://www.idb-fdul.com/uploaded/files/2012_08_4549_4574.pdf). Acessado em: 20 nov. 2013.

Com bom humor, Marcha das Vadias protesta contra o machismo no Recife. **Jornal do Comercio**. Caderno Brasil. Recife, 12 jun. 2012.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia: pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós, 1993.

GORGA, Renata. Marcha das Vadias ocorre hoje. **Folha de Pernambuco**. Caderno Grande Recife. Recife, 26 mai. 2012.

HELENE, Diana. *A Marcha das Vadias: o corpo da mulher e a cidade*. **Revista Redobra**, Salvador, Bahia, v. 4, n°11, p. 68 - 79, abr, 2013. Disponível em: [http://www.redobra.ufba.br/wp-content/uploads/2013/06/redobra11\\_08.pdf](http://www.redobra.ufba.br/wp-content/uploads/2013/06/redobra11_08.pdf). Acessado em: 15 nov. 2013.



Hoje tem Marcha das Vadias. **Diário de Pernambuco**. Caderno Vida Urbana. Recife, 26 mai. 2012.

JODELET, Denise. **Representações Sociais: um domínio em expansão**. 1989. Disponível em: <http://www.portaladm.estacio.br/media/3432753/jodelet-drs-um-dominio-em-expansao.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2013.

JUNQUEIRA, Mariane Oliveira; GONÇALVES, Veronica Korber. A Marcha das Vadias: Por que as mulheres gritam? In: Congresso Internacional de História da UFG – História e Mídia, 1.: 2011: Jataí, GO. Anais... Jataí: CAJ, 2011.

Marcha atrai 2 mil pessoas. **Jornal do Commercio**. Caderno Capa Dois. Recife, 26 mai. 2013. Marcha das Vadias leva crítica às ruas do Recife. **Diário de Pernambuco**. Caderno Últimas. Recife, 12 jun. 2013.

**MARCONDES FILHO, Ciro**. **O capital da notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza**. 2. ed - São Paulo: Ática, 1989.

MOSCOVICI, Serge. Representações Sociais: investigações em psicologia social. In: GUARESCHI, Pedrinho. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

**PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu**. **Decidindo o que e notícia :os bastidores do telejornalismo**. 2. ed. – Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

**TRAQUINA, Nelson**. **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 2.

“Vadias” exigem respeito. **Diário de Pernambuco**. Caderno Últimas. Recife, 26 mai. 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 3. ed – Lisboa: Presença, 1994.